

مركز البحوث

دليل التخطيط للاجتماع الناجح



تأليف

سوزان ستيوارت

ترجمة

د. إبراهيم بن على البداح　　د. عبدالله بن إبراهيم العمار

راجع الترجمة

د. عبدالله بن موسى الخلف　　د. فضل الله على فضل الله

بسم الله الرحمن الرحيم



مركـــز البحـــوث

دليل التخطيط للاجتماع الناجح

تأليف

سوزان ستيوارت

ترجمة

د. إبراهيم بن علي البداح   د. عبدالله بن إبراهيم العمار

راجع الترجمة

د. عبدالله بن موسى الخلف   د. فضل الله علي فضل الله

١٤٢٠هـ / ٢٠٠٠م

بطاقة الفهرسة

© معهد الإدارة العامة ، ١٤٢٠هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

ستيوارت ، سوزان

دليل التخطيط للاجتماع الناجح / تأليف سوزان ستيوارت : ترجمة إبراهيم بن علي البداح ، عبدالله بن إبراهيم العمار - الرياض .

٣١٢ ص : ٥ ، ١٦ × ٥ ، ٢٣ سم

ردمك : × - ٥٨ - ١٤ - ٩٩٦٠

١ - الاجتماعات - تنظيم وإدارة أ - البداح ، إبراهيم بن علي (مترجم) ب - العمار ، عبدالله بن إبراهيم (مترجم) جـ - العنوان

ديوي ٦٥٨,٤٥٦   ٢٠ / ١٨٥٨

رقم الإيداع : ٢٠ / ١٨٥٨

ردمك : × - ٥٨ - ١٤ - ٩٩٦٠

هذه ترجمة لكتاب

A GUIDE TO SUCCESSFUL MEETING PLANNING

BY :

SUZANNE STEWART WEISSINGER

Fleet Business School

Annapolis, Maryland

John Wiley & Sons,Inc .

©1992 New York, Chichester, Brisbane, Toronto, Singapore .



المحتويات

مقدمة :

مهما كانت وظيفتك ، فإنك فى وقت من الأوقات ستخطط لاجتماع ربما يكون لـ :

- عشاء عيد .
- غداء ناد من الأندية .
- اجتماع شهرى لمكتبك .
- اجتماع عمل .
- حفل عشاء بمناسبة تقاعد المدير العام .
- جمع تبرعات لمنظمة خيرية .
- حلقة تدريبية إقليمية للمبيعات .
- مؤتمر سنوى يضم مئات المشاركين .

وسيساعدك هذا الكتاب على تخطيط الاجتماع . وهى مهمة كثيرة التشعب والمشاغل ، بدءاً من نشوء فكرة عقد اجتماع إلى صوت مطرقة الإقفال . ستجد معلومات وتعليمات وأمثلة ترشدك ، وقوائم تشير تساعدك على التعرف على ما يجب عمله وتذكرك بتفاصيل ربما نسيتها .

إن نطاق تخطيط الاجتماع يتصل بجميع نشاطات صناعة السفر . وسيجد المحترفون والطلاب فى جميع المهن المرتبطة بالسياحة كالنقل والفندقة وخدمات الأكل ووكلاء السفر، أن تعلم نشاطات تخطيط الاجتماعات يجمع أجزاء صناعة السفر فى بوتقة واحدة .

إن تخطيط الاجتماعات يشبه الجلوس أمام لعبة تحوى مئات القطع المتناثرة . وأنت تعرف ماذا يفترض أن يكون عليه شكل الصورة ، ولكن من أين تبدأ ؟ فجأة تبدو إحدى القطع وكأنها تركب فى قطعة أخرى ثم أخرى ، وهكذا تقوم بوضع بعض القطع جانبًا وأنت تعلم أنها ستركب فى النهاية فى الشكل النهائى . وليس لديك طريقة أو

شكل يقودك وأنت تؤلف بين القطع ، ويجب عليك وضع جميع القطع مع بعضها لحل اللغز .

إن تخطيط الاجتماع هو وضع قطع اللغز باهتمام قطعة تلو الأخرى ، وربط كل عملية بأخرى باحثاً عن قطعتين تناسبان بعضهما البعض ، وهو يتضمن أداء نشاطات منفصلة تصبح في النهاية جزءاً من الكل . ففي يوم قد تقوم بتوقيع عقد مع الشركة المسئولة عن توريد الأجهزة السمعية والبصرية ، ثم تقوم بإنهاء إجراءات (٥٠) طلب تسجيل ، والتفاوض حول غداء ، وهكذا فليس هناك شكل واضح المعالم ، ومع هذا فإن كل نشاط منفصل يعتمد على الكل . وسيظهر شعور عميق بالرضى عندما تترابط جميع النشاطات لتكون صورة متكاملة لاجتماع ناجح .

كيف تستخدم هذا الكتاب؟

يبدأ اختبار في الاتصال من الصفحة الأولى «اقرأ جميع الصفحة» . إن معظم الناس يتجاهلون الإرشادات ويبدأون بكل اجتهاد في كتابة الإجابة لكل سؤال ، وعند وصولهم للسطر الأخير يجدون هذه التعليمة «لا تكتب في هذه الورقة» . إن تعليمات استخدام هذا الكتاب هي «قم بقراءة هذا الكتاب أولاً» : لأن التخطيط لاجتماع يشمل وحدات بناء متداخلة المهام .

ويصف الفصل الأول تخطيط الاجتماع كحرفة : ما هي أنواع المهارات والصفات الشخصية الغالبة على مخططي الاجتماعات الناجحة وعلى ما يفعله مخططو الاجتماعات؟ ويتم ذلك في جدول رئيسي كجدولة مهام التخطيط المتنوعة . أما الفصلان الثاني والثالث فيصفان لماذا يجتمع الناس ، والأنواع المختلفة للاجتماعات . ويقود الفصل الرابع مخطط أو منظم الاجتماع عبر خطوات تخطيط الاجتماع . ويجب أن يتم الاتفاق على التوقيت ونوع الجلسات والنشاطات الأخرى قبل اختيار مقر الاجتماع .

ويحدد الفصلان الخامس والسادس المعايير الهامة لاختيار أفضل المواقع والمنشآت للاجتماع . ويغطي الفصل السابع تسويق الاجتماع . كما يتم معالجة المواد التي يحتاجها الاجتماع في الفصل الثامن .

ويتطرق الفصل التاسع إلى كيفية إدارة الحجز والتسجيل . ويعالج الفصلان العاشر والحادى عشر التخطيط والنشاطات التى تتم فى الموقع فيما يخص الطعام والشراب وتنظيم جلسات الاجتماع . ويناقش الفصل الثانى عشر المواصلات ونشاطات وقت الفراغ .

وفي هذا الكتاب تستخدم بعض المصطلحات بالتبادل . فكثيراً ما يستخدم اسم تجمّع (Convention) ومؤتمر (Conference) لنفس المعنى . مثال آخر للأسماء المتماثلة : فندق (Hotel) واستراحة (Motel) ونزل (Motor Inn) ، وتستخدم لفظة فندق لتعنى أى نوع من الأنواع المختلفة لهذه المنشآت .

وتوضح أهداف كل فصل الأهداف التعليمية ، وتساعد تمارين الفصل على التدريب على مهارات التخطيط للاجتماعات . وبإمكانك أن تكيف تمارين الفصل لتناسب اجتماعاً حقيقياً ، أو تطبقها على أمثلة الاجتماعات المقدمة فى الفصل . ويحتوى هذا الكتاب كذلك على نماذج تقييم ونماذج تأشير .

استعد ، تهيأ ، انطلق

إن نشاط الاجتماعات نشاط مشوق ، ومع أن إدارة الاجتماع عمل شاق لكنه ذو مردود . والنتائج فيه واضحة وملموسة وقابلة للقياس ، والرضى يكون مباشراً . وبمساعدة هذا الكتاب ستتمكن من حل لغز تخطيط الاجتماع القادم بسرعة وفاعلية وبمزيد من الثقة .

فقط ركز انتباهك على التفاصيل ، وتوقع غير المتوقع ، وخطط للطوارئ ونظم ، ونظم ، ونظم ، حتى نجتمع مرة أخرى .

الفصل الأول

هل أنت مخطط اجتماعات ؟

بعد إنهائك هذا الفصل ستكون قادراً على :

١ - تحديد المهارات التى يستخدمها مخطط الاجتماع .

٢ - معرفة الصفات الشخصية المثالية لمخطط الاجتماع .

٣ - فهم نطاق المهام التى يشملها تخطيط الاجتماعات .

مطلوب : شخص منظم جداً ، يهتم بالتفاصيل ، ولديه القدرة على العمل مع وإدارة الآخرين . يجب أن يكون لديه تدريب أو خبرة في السلوك الاجتماعي ، والإعلان ، والطباعة ، والميزانية ، وترتيب السفر ، والمسرح ، والهندسة الكهربائية ، والقانون ، وفنون الطبخ ، والحاسبات الآلية . والمرشح المثالي هو الشخص الذي لديه دافع قوى جداً للعمل ، ويستطيع العمل تحت ضغوط كبيرة جداً ، ولا يمانع في العمل ١٤ ساعة يومياً.

من هو هذا الشخص الموهوب الذي يطلبه الإعلان؟ ربما كان أنت ، إذا كنت مسئولاً عن اجتماع . إن مخططي الاجتماعات يأتون من مجالات مختلفة : اجتماعية وأكاديمية ، وخبراتية ، وبيئات إدارية ، ومن مستويات دخل مختلفة ، ويبدون مهارات مختلفة ، وقدرات متعددة .

وربما كان مخطط الاجتماع رئيس برنامج لجمعية اجتماعية . وفي أغلب الأحيان يكون نائب رئيس النادي هو رئيس البرنامج وهو المسئول عن توفير المحاضرين ، واختيار الموقع وقائمة الطعام ، وتسجيل المشاركين خلال اجتماع النادي الأسبوعي أو الشهري أو السنوي .

وربما أصبح مخطط الاجتماع هو الشخص الذي يتحدث قائلاً : «لماذا لا نعقد اجتماعنا التالي في العام القادم في بلدتي سيتيفيل ؟ إنها بديعة" . أو ربما أصبح مخطط الاجتماع هو السكرتير الذي يمر به المدير ويقول له :"أحتاج للاجتماع مع الموزعين في المنطقة الأسبوع القادم . فاتصل بهم ، وابحث لنا عن فندق ، واحجز لنا غرفة اجتماعات ، واعمل الحجوزات ... أنت تعرف ، فرتب الأمور" .

كثيراً ما تخلط الادارة بين تخطيط السفريات وتخطيط الاجتماعات ، فتقوم بإسناد مهام تخطيط الاجتماعات إلى مكتب سفريات الشركة ، فبدلاً من تخليص طلبات السفر ودفع المبالغ المطلوبة يجد موظفو السفريات أنفسهم مسئولين عن تصميم الاجتماعات . وعلى نفس المنوال فإن وكيل السفر الذي يتولى السفريات الشخصية والرسمية ربما يطلب منه ترتيب اجتماع .

ويعتبر تخطيط الاجتماعات هذه الأيام مهنة قائمة بذاتها ، فهناك أكثر من ٢٠٠,٠٠٠ مخطط اجتماعات متفرغين وغير متفرغين في الولايات المتحدة . وفي بعض الأحيان قد تشمل مهام مخطط الاجتماعات الدعاية والإعلان ، والعلاقات العامة ، والمبيعات . ولقد أصبح تخطيط الاجتماعات الآن مهنة قائمة بذاتها ولم يعد مهمة مكملة يقوم بها شخص بجانب عمله الأساسي . فالكثير من الجمعيات أو الشركات لديها الآن مخططو اجتماعات ضمن موظفيها . وربما وظفت منظمة تعقد عدداً من المؤتمرات سنوياً مخطط أو مدير اجتماعات يقوم بتخطيط وتنفيذ الاجتماعات ، كما أن هناك مخططي اجتماعات مستقلين يعملون بشكل استشاري بالتخطيط لاجتماعات عدة منظمات مختلفة .

إن الصفة الحرفية التي أعطيت لمخططي الاجتماعات ترجع إلي تأسيس عدة منظمات . فقد تأسست منظمة منظمي الاجتماعات العالمية في عام ١٩٧٢م وهي تنظم برامج تدريب وتبادل معلومات ، أما مجلس تنسيق المؤتمرات فقد وضع اختباراً لتأهيل إخصائيي الاجتماعات يمنح الذين يجتازونه بنجاح قيمة حرفية . كما قامت جمعية إدارة الاجتماعات المحترفة بتصميم منهاج نموذجي للكليات والمعاهد التي تقدم دروساً في إدارة الاجتماعات وتعمل كجهاز تصديق جودة (accrediting) لتلك البرامج .

وهناك العديد من الجمعيات الخاصة بمنظمي الاجتماعات والمعارض مثل : جمعية مخططي الاجتماعات المستقلين ، ومؤسسة الاجتماعات الدولية ، وجمعية العارضين الدوليين ، والجمعية الوطنية لتدريب مديري المبيعات ، وجمعية منظمي اجتماعات الشركة ، وهي جميعاً أمثلة للشركات العديدة العاملة في هذا المجال .

إن الاعتراف بتنظيم الاجتماعات كحرفة آخذ في النمو ؛ وذلك لأن تعقيد تقنيات اليوم وارتفاع مستوى الوعي حول السلوك الإنساني يجعل تنظيم الاجتماعات أكثر تعقيداً ، وقد بدأ الناس يعترفون بأن تخطيط الاجتماعات مهارة وفن ويحتاج إلى التدريب والممارسة والتطبيق .

ماذا يفعل مخطط الاجتماعات ؟

أعد قراءة الإعلان (إعلان طلب موظف) في بداية هذا الفصل . إن الشخص

المطلوب يجب أن تكون لديه كثير من المهارات وقدر أكبر من الخبرة . وتتطلب المهام التي تدخل في تخطيط الاجتماعات معرفة شخصية ، بينما تتطلب مهام أخرى معرفة متكاملة عن المصادر المتوفرة . ويلخص النص التالي بعضاً من هذه المهام .

ربما تعاون مخطط الاجتماع مع الإدارة العليا للتخطيط لمحتوى أحد البرامج ، وهنا يحتاج المخطط إلى فهم الموضوع المراد تقديمه في الاجتماع . على سبيل المثال قد لا يستطيع مختص يحمل درجة علمية في إدارة الأعمال ، المساعدة في تخطيط مادة برنامج لاجتماع حول أسس البحث في مجال الجهاز التنفسي ، وفي حالة كهذه ربما ينحصر دور مخطط الاجتماع في العمل فيما يخص الترتيبات الخاصة بالاجتماع فقط . ومهما يكن موضوع الاجتماع ، فإن باستطاعة المخطط الوصول لنفس الغاية عن طريق توجيه أسئلة وقيادة منظمي الاجتماع لتحديد الأهداف والتوجهات والمقاصد من الاجتماع .

ويحتاج مخطط الاجتماع كذلك إلى فهم السلوك الإنساني . وربما يقدم النصح حول توقيت وسير الاجتماع بناءً على معرفته بمتوسط فترة التركيز الذهني والأوقات التي يحتاج فيها إلى استراحات .

كما يقوم مخطط الاجتماع كذلك ببحث عدة أمور ، منها تاريخ الاجتماع ، ولمحات (ملامح) عن المشاركين ، وفي حالة عدم توفر هذه المعلومات فإن على المخطط التصرف كمختص لجمع هذه المعلومات ، ويجب عليه كذلك التحقق من مواقع وأماكن عقد الاجتماعات ، كما تدعو الحاجة كذلك إلى إلمامه بالجغرافيا وبالفندقة .

وللميزانية دور كبير في تخطيط الاجتماعات ، فضبط المصروفات في حدود معينة يستدعي رقابة متواصلة . كما أن التعرف على التكاليف ، وتلقي العروض ، وعمل بيانات التسوية تعتبر مهام شاقة ، ومع هذا فهي حيوية . ويقوم مخطط الاجتماعات بتحديد أسعار التسجيل وربما طلب التبرعات أو تأمين ممولين لتحمل تكلفة الاجتماع ، كما يقوم بحصر وإعادة حصر أعداد الحضور ، والغرف التي حجزت ، والوجبات التي يلزم توفيرها .

ويتم التفاوض على العقود مع أي عدد من المنظمات عند الترتيب للاجتماع ، ويتطلب هذا الكثير من الانتباه من جانب المخطط . وتتميز عقود مكان الاجتماع بأنها

شديدة الدقة والتفاصيل ، كما أن الشركات المتخصصة فى المواصلات والوسائل السمعية والبصرية والتقنيات والتغذية والعروض ، هى بعض الجهات المشاركة فى عقد الاجتماع ، والتى تحتاج إلى عقد اتفاقيات مكتوبة لتأمين خدمات للاجتماع .

وللمخططين كذلك دور في تسويق اجتماعاتهم ، ويحتاجون إلى أن يعرفوا عن الإعلان والتسويق والعلاقات العامة ، ويجب أن يقاس الحماس والشد النفسي(Appeal) للاجتماع لتسويقه بشكل فعال ، كما يلزم تجميع المواد المطبوعة لأغراض التسويق والدعاية وللتوزيع خلال الاجتماع ، ولهذا فالمخطط يحتاج إلى معرفة تفاصيل الطباعة .

إن التهيئة للاجتماع هى مهمة أساسية للمخطط ، فتنظيم جلوس الحضور ، ووضع الطاولة الرئيسية ، وإعداد التجهيزات السمعية والبصرية ، والترفيه والديكور ، يجب تهيئتها ، بالإضافة إلى إدارة ما يعرض أثناء الاجتماع ، وتدريب العاملين ، وتنظيم المواد فى مكان عقد الاجتماع ، من هذا كله يتبين لنا أن مهارات الإدارة وإدارة الأفراد من المهارات الأساسية اللازمة لمخطط الاجتماعات .

وبالرغم من أن الحاسبات الآلية أصبحت توفر جهداً كبيراً ، إلا أن متابعة الحجوزات والتسجيل هى فى النهاية من مسئوليات مخطط الاجتماع ، الذى يجب أن تكون لديه معرفة ببرامج الحاسب الخاصة بإدارة المحفوظات وتطبيقاتها .

وفى العديد من الاجتماعات يعمل مخطط الاجتماعات كمسئول سفريات أو كمرشد جولات وزيارات ، وربما اضطر المخطط لتنظيم سفريات المحاضرين أو المشاركين ، أو ربما شملت مهامه كذلك تنظيم النشاطات الخارجة عن جدول الاجتماع ، والترفيه والتسلية .

وفيما يلى قائمة تحوى (٢٠) مهمة ربما يطلب من مخطط الاجتماع القيام بها ، وقد تتطلب بعض الاجتماعات جميع هذه المهام بينما يتطلب البعض الآخر القليل منها . وكخطوة أولى فى التخطيط لأى اجتماع ، حدد أياً من هذه المهام مطلوب منك القيام بها :

قائمة تأشير بمهام تخطيط الاجتماعات :

١ - حدد أهداف ومرامى وغايات الاجتماع .

٢ - ضع تصوراً عن المشارك العادى .

٣ - قدم النصح حول أو قم بوضع محتويات البرنامج .

٤ - صغ الميزانية .

٥ - حدد مكان الاجتماع .

٦ - اختر التسهيلات الخاصة بالاجتماع .

٧ - نسق ترتيبات الاجتماع مع مدير خدمات الاجتماعات .

٨ - خطط وقم بإدارة التغذية والمشروبات .

٩ - رتب المواصلات .

١٠- نظم الترفيه والتسلية .

١١- خطط برامج المرافقين .

١٢ - رتب المعارض .

١٣ - فاوض في العقود .

١٤ - حدد تكاليف التسجيل .

١٥ - جهز المطبوعات .

١٦ - رتب التسويق والإعلان .

١٧ - رتب الحجز والتسجيل .

١٨ - رتب القاعات وغرف الأغراض المتعددة .

١٩ - رتب تدريب العاملين .

٢٠ - قم بتقويم الاجتماع .

لكل اجتماع مسيرته وجدولته الخاصة به ، وربما كان مخطط الاجتماعات متواجداً عندما نوقشت فكرة الاجتماع للمرة الأولى ، أو ربما مكث ثلاثة أشهر قبل الاجتماع الذى نظم بصورة ما .

ويتسارع التخطيط للاجتماع كلما قرب الموعد ، ومن الصعب وصف النشاطات المحمومة التي تحدث قبل أسبوعين من موعد الاجتماع . وغالبًا ما يمضي مخطط الاجتماع معظم الوقت على الهاتف للتعرف على الصعوبات وحل المشكلات . ويتغير يوم العمل من ٨ ساعات ليصبح ١٢ ساعة . ولا مفر لمنظم الاجتماع من الاستيقاظ في منتصف الليل لكتابة بعض الإضافات لقائمة الأشياء التي يحتاج أن يتذكرها .

ويبين جدول تخطيط الاجتماع (الشكل ١-١) نشاط تخطيط الاجتماع ، كما يتضح من الجدول درجة تعقيد عمل مخطط الاجتماعات . ويمثل الجدول قائمة تأشير أساسية لاجتماع وطني كبير . كما تتطلب العديد من النشاطات قوائم تأشير خاصة بها ، وهي متوفرة في هذا الكتاب .

ويعمل مخطط الاجتماعات كمسئول اتصال ومدير لكل نشاط من النشاطات الموضحة . وبدون مهارات اتصال ومهارات إدارية فإن الفشل مضمون في أغلب الأحوال .

من يمكن أن يكون مخطط اجتماعات جيداً ؟

شخصي : *نبحث عن شخص اجتماعي ومحبوب ذي مقدرة على الاتصال معي . ويجب أن يكون منظماً ولديه روح الدعابة والمرح والمرونة والكثير من الطاقة . كما يجب أن تكون لديه معرفة بالمأكولات الجيدة والترفيه . ولديه الاستعداد للسهر حتى وقت متأخر .*

في إعلانات طلب الوظائف الشخصية ، يبحث الناس دومًا عن المرافق الأمثل ، ومخطط الاجتماعات يلزمه كذلك أن يمتلك العديد من هذه الصفات المثلى .

يجب أن تكون لدى مخطط الاجتماعات مهارات الاتصال الجيد . ويقوم بعض مخططي الاجتماعات بالعمل قريباً من الإدارة العليا ، وقد يتطلب الأمر منهم التحدث مع المديرين التنفيذيين وتحديد سياسات ومواقف الإدارة ، كما أن مخطط الاجتماعات يلزمه كذلك أن يكون قادراً على الاتصال بالكهربائيين وعمال النظافة .

ويجب أن يكون مخططو الاجتماعات اجتماعيين ، وأن يكونوا ودودين، ويلزمهم في نفس الوقت أن يكونوا لبقين ومؤدبين .

الشكل (١-١) : جدول تخطيط الاجتماع

نشاطات التخطيط للاجتماع :

الزمن : قبل الاجتماع .

- من ٢ : ٥ سنوات :

- حدد الأهداف .
- حدد زمن الاجتماع والموعد المفضل .
- قدّر عدد الحاضرين .
- ضع تصوراً عن المشاركين .
- حد المكان .
- اختر ووقع العقد مع أصحاب مكان الاجتماع .
- حدد ميزانية تقديرية وحدد رسم التسجيل .
- اتصل بمصادر التمويل .
- رتب طباعة المستلزمات الورقية للاجتماع .

- ١٢ شهراً :

- ضع جدول الاجتماع (المواضيع ، المقدمين ، الوقت) .
- ادع المشاركين والشخصيات المرموقة .
- حدد رؤساء الجلسات والمرافقين .
- تعاقد مع المتحدثين الذين ستدفع لهم مكافآت.
- اعمل قوائم التأشير .

- ◻ تعاقد مع شركة الطيران الرسمية للمؤتمر ، ووكيل السفر ، وشركة تأجير السيارات .
- ◻ صمم مواد التسويق (بما فيها البرنامج المبدئى) .
- ◻ قم ببيع مساحات العرض .
- ◻ قم ببيع مساحات إعلانات البرنامج .
- ◻ اتصل بالممولين أو المضيفين المحتملين .
- ◻ تعاقد بشكل مبدئي مع شركات الأجهزة السمعية والبصرية ، وخدمات المواصلات والترفيه والتسلية ، ومتعهدى الجولات التعريفية السياحية .
- ◻ تأكد من مساهمة مكتب المؤتمرات والزوار .
- ◻ أكمل إعداد الميزانية .

– ١٠ أشهر :

- ◻ تفحص المعرض ، والدعاية ، ومبيعات الممول .
- ◻ اطلب الهدايا التي ستوزع .
- ◻ احصل على قوائم العناوين البريدية .
- ◻ اشتر المساحة الإعلانية فى الوسائل المتخصصة (جدول ذلك خلال فترة من ٢ - ٦ أشهر قبل الاجتماع) .
- ◻ حدد سياسات الدفع المؤجل والدفع الفورى مع أصحاب المكان .

– ٦ أشهر :

- ◻ حدد سياسات التسجيل وإجراءاته .
- ◻ اعمل قاعدة بيانات التسجيل .
- ◻ أكمل بشكل نهائى الأعمال الفنية الخاصة بالتسويق .
- ◻ احصل على عروض من أصحاب المطابع .
- ◻ صمم وأرسل الأعمال الفنية الإعلانية .

- زود وسائل الإعلام الراغبة بأخبار الاجتماع .
- أبرم عقوداً مع المواصلات ، ومع مؤمني الوسائل السمعية والبصرية ، ومع منظمي الزيارات السياحية (التعريفية) والترفيه ، ومع مختصي الديكور والمتعاقدين الخارجيين الأخرى .

– ٤ أشهر :

- احصل على أوراق الإعلان من الفندق ومكتب المؤتمرات للزوار وشركة خطوط الطيران ومكتب السفريات وشركة تأجير السيارات .
- أعد التأكيد على مكتب المؤتمرات والسياح فيما إذا كانوا سيوفرون أفراداً للعمل في الاجتماع.
- أرسل بالبريد مواد التسويق .
- اشتر حوامل بطاقات الأسماء .
- صمم واطبع بطاقات الأسماء التعرفية .
- حدد إجراءات تعبئة بطاقات الأسماء .
- أرسل اتفاقات نشر وقائع المؤتمر ونماذج طلب المواصلات إلى مؤمني الأجهزة السمعية والبصرية والمقدمين .
- احصل على الأعمال الفنية من المعلنين في البرنامج .
- رتب مع المطاعم المجاورة إذا كان ضمن الجدول تناول وجبات .
- تعاقد مع موفر الأغذية .
- تعاقد مع مصور .

– ٣ أشهر :

- ابدأ بإجراءات التسجيل ، وإرسال التأكيدات وسندات القبض ، وتحضير بطاقات الأسماء بشكل منظم .
- ابدأ التسويق الهاتفي (Telemarking) .
- صمم واطلب مطبوعات الاجتماع ، كاللوحات والتذاكر والملفات والنماذج الأخرى .
- اعمل حجوزات سفر المقدمين وأرسل التأكيدات لهم .

- ☐ حدد مرافقي الشخصيات المهمة .
- ☐ اختر قوائم الطعام .
- ☐ أرسل قوائم المهام للفندق .
- ☐ أكد جميع العقود .
- ☐ اشتر الزينات اللازمة .
- ☐ أرسل لمتعهد توفير المواد السمعية والبصرية احتياجات المقدمين .
- ☐ ابدأ التأكد من الفندق وشركة الطيران ومكتب السفريات عن عدد الحجوزات المؤكدة التى استلمها كل منهم .

- شهران :

- ☐ أكمل عقود المواصلات وعقود الجولات السياحية .
- ☐ أعد تأكيد حضور المتحدثين والمقدمين وأرسل نماذج تعويضهم عن مصاريف السفر .
- ☐ صمم وأرسل البرنامج النهائي للمطبعة .
- ☐ اشتر أو اطلب الهدايا والجوائز والدروع للمقدمين والشخصيات المهمة .
- ☐ زود المسئولين عن الترتيبات فى مكان الاجتماع بترتيبات مواصلات الشخصيات المهمة .
- ☐ حدد المتطلبات الواجب توفرها فى العاملين فى التسجيل (تسجيل المشاركين) .
- ☐ جدول قوائم الموظفين وعين العاملين وحدد الأجور التى ستدفع لهم .
- ☐ اعمل ترتيبات سفريات العاملين .
- ☐ راجع أعداد المسجلين وقم بتعديل العقود .

- شهر واحد :

- ☐ اجرد وافحص وأعد فحص المطبوعات .
- ☐ اختر ترتيبات إرسال مواد الاجتماع وابدأ بإرسالها إذا كان قد تم وضع الترتيبات مع الفندق .

- داوم على الاتصال مع الفندق .
- أرسل للمقدمين تذاكر مواصلاتهم .
- اتصل وتعاقد مع محل الزهور .
- أكمل واطبع قوائم الحاضرين والعارضين .
- أعد تأكيد جميع العقود .
- راجع جميع عمليات التسجيل .
- أرسل الأخبار إلى وسائل الإعلام .

– أسبوع واحد :

- أعط المسئولين عن المواصلات الجدول النهائى .
- هيئ الاحتياجات المكتبية .
- درِّب العاملين .
- احصل على النقد من البنك .
- هيئ دفاتر الشيكات .
- تأكد من موعد وصول مواد الاجتماع .
- قدم معلومات للفندق عن اللوحات الإرشادية للاجتماع .

– يوم واحد :

- اجتمع مع مدير خدمات الاجتماعات وجميع العاملين فى الفندق .
- أعد تأكيد عدد الوجبات والمشروبات .
- اجرد المواد .
- درب العاملين فى مكان عملهم .

- ◻ افتح طاولة التسجيل .
- ◻ ضع اللوحات الإرشادية وترتيبات الزهور .
- ◻ قابل مرافقى الشخصيات الهامة .
- ◻ رتب غرفة الضيافة .
- ◻ احصل على مفاتيح غرف الشخصيات المهمة ، ووزع الهدايا .
- ◻ افتح صندوقًا للأمانات .
- ◻ اعمل تدريبات مراجعة (بروفات) حسب الحاجة .

- قبل كل فترة عمل :

- ◻ قارن ترتيبات الغرفة بما هو موجود فى قائمة المهام .
- ◻ جرب مكبرات الصوت وأجهزة الوسائل السمعية والبصرية .
- ◻ ضع الأوراق التي ستوزع ، وبطاقات الأسماء ، والتقييمات والمواد الأخرى .

- بعد الاجتماع :

- ◻ وافق ووقع على فواتير المكان .
- ◻ أعط المكافآت الشخصية .
- ◻ أرسل المواد .
- ◻ ادفع الفواتير .
- ◻ اصرف تعويضات عن تكاليف السفريات .
- ◻ أدخل أسماء الذين سجلوا حضوريًا وشاركوا فى الاجتماع فى قاعدة البيانات .
- ◻ أكمل كشف الدخل / المصروفات .
- ◻ اجمع تقييمات المشاركين .
- ◻ اكتب تقييم المخطط بالتفصيل

في خلال فترة التخطيط للاجتماع يحتاج المخطط إلى الاتصال بالعديد من الغرباء ، وهنا تبرز الحاجة إلى لمسة من المرح والدعابة وشيء من الصبر والتحمل .

ويحتاج مخططو الاجتماعات كذلك أن يكونوا منظمين ، وأن يستطيعوا تنفيذ المهام خطوة بخطوة . إن استخدام القوائم يمكّن العاملين في تخطيط الاجتماعات من العمل بصورة جيدة ، كما أن الاهتمام بالتفاصيل ضروري ، ويلزم مخططي الاجتماعات كذلك أن يروا الصورة الكلية .

أخيراً فإن مخطط الاجتماع يحتاج إلى أن يعيش التحدي وأن تكون لديه رغبة للتميز ، فالعمل المتواضع غير مقبول في تخطيط الاجتماعات .

ولا داعي للقول إن الأعصاب الفولاذية والطاقة العالية هي متطلبات أساسية . وينبغي لمخططي الاجتماعات أن يظهروا هادئين وسط الشدائد والفوضى ، وأن يطبقوا حلولاً آنية للمشكلات . كما يجب أن يكون لديهم الحيوية والتحمل للعمل لمدة (١٢) ساعة يومياً .

وهناك جانب آخر من تخطيط الاجتماعات لا يظهره الإعلان عن طلب موظف أو الإعلان الشخصي ، وذلك هو الضغط المتواصل ، والاستيقاظ في الليل لكتابة بعض الملاحظات ، والشعور المتواصل بأنك قد نسيت شيئاً ، وإظهار الهدوء عندما يكون ضغط دمك (١١٠/١٩٠) ، والابتسام وتدقيق دفتر ملاحظاتك للتأكد حتى آخر لحظة .

وهناك ليالٍ للوحدة في فنادق غريبة ستشعر فيها بضغوط الفراغ عند التفاوض لإبرام العقود . ولكن إذا كنت تحب التحدي ، وتستمتع بالتفاعل مع الناس ، وتطمح للتغيير ، فعندها يمكن أن تصبح مخطط اجتماعات ناجحاً . فتخطيط الاجتماعات عمل يناسب الأشخاص الذين يجتهدون للبروز والاحترام والتقدير .

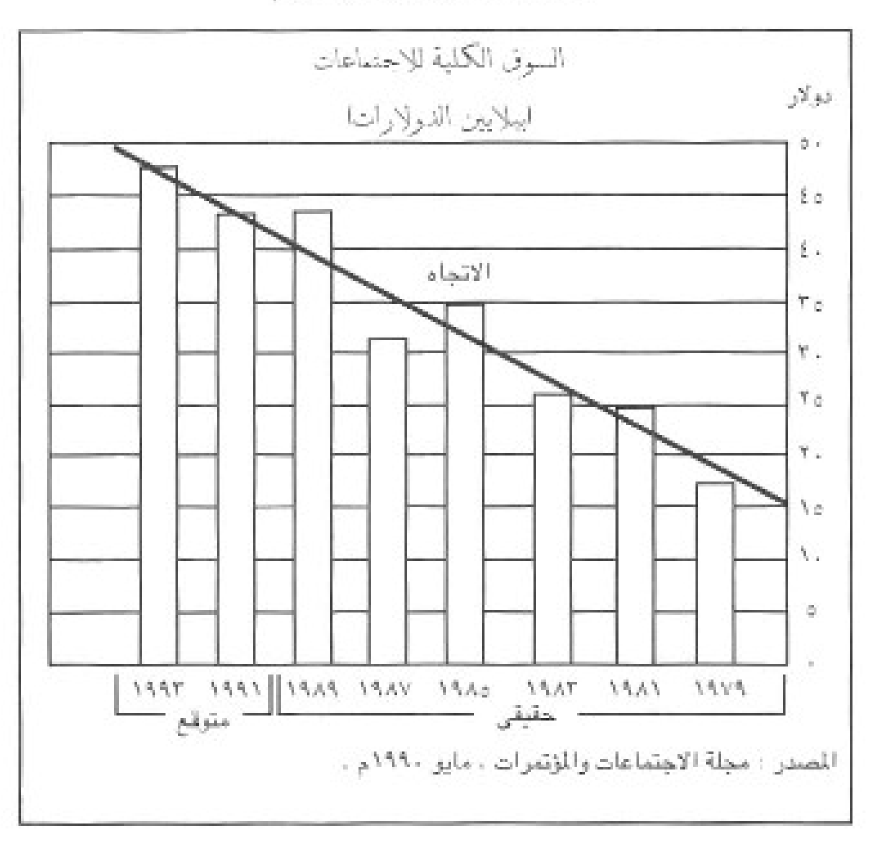
لماذا تحظى الاجتماعات بالأهمية ؟

للاجتماعات أثر اقتصادي كبير جداً . ففي الولايات المتحدة يعقد كل سنة ما يقارب المليون اجتماع ، يشارك فيها ما يزيد على (٩٠) مليون مشارك ، وتبلغ مصاريفها ما يزيد عن ٤٣٫٧ بليون دولار (انظر الشكل ١-٢) . وفي المتوسط فإن المشارك في اجتماع

مدته ثلاثة أيام يصرف في مكان الاجتماع (٧١٩) دولاراً ، وتساهم هذه المصروفات في دعم الاقتصاد المحلي وكذلك في توفير فرص وظيفية . فإذا صرفت مبلغ (١٠٠) دولار للفندق ، فإن جزءاً منها يدفع لموظف الاستقبال . وذلك الموظف يشترى بها مواد غذائية من البقال ، والبقال يدفع منها الإيجار ، ومالك العقار الذى يستأجر منه البقال يشرى منها بنطالاً . ولذلك فإن المائة دولار تضاعفت واستخدمت مرات عديدة . ويوضح الشكل (١-٢) قطاعات الاقتصاد التي تنتفع من نفقات الاجتماعات .

الشكل (١-٢)

الاجتماعات والمؤتمرات بالأرقام



المصدر : مجلة الاجتماعات والمؤتمرات ، مايو ١٩٩٠م .

ويوجد في معظم المدن مكاتب للمؤتمرات والزوار تقوم بتشجيع المنظمات على عقد اجتماعات في مدنها. لماذا ؟ لأن المشارك في الاجتماع ينظر إليه من قبل مكتب المؤتمرات والزوار كضيف مرغوب . والكثير من الأشخاص الذين يحضرون الاجتماعات لهم مخصص مادي رسمي لدفع تكاليف المشاركة في الاجتماع ، ولهذا فهم ينفقون أكثر من السائح العادي .

ومكاتب المؤتمرات والزوار هي مكاتب لا تهدف إلى الربح ، وتعمل على أساس العضوية ، حيث تضم في عضويتها كثيراً من الشركات التي ترتبط أعمالها بالسفر والنقل ، والفندقة ، والخدمات الغذائية ، والأماكن التي تجذب الزوار . وتدفع هذه الشركات اشتراكات تصرف في مجالات : الإعلان ، ومواد التسويق ، والمبيعات ، وخدمات الزوار . وفي بعض الأحيان تخدم مكاتب المؤتمرات والزوار مدينة واحدة ،

الشكل (١-٣) : تكلفة اجتماعات المجموعات

تقديرات تكلفة الاجتماعات عام ١٩٨٩ (بلايين الدولارات)

	مصاريف الشركات	اجتماعات الجمعيات	المؤتمرات الرئيسية	المجموع
الفنادق والأكل وماشابه (٥٧٪)	٧,٩	٨,٤	٨,٦	٢٤,٩
المواصلات الجوية (٢٤٪)	٣,٤	٢,٥	٢,٦	١٠,٥
المتحدثون والترفيه والخدمات السمعية والبصرية (٨٪)	١,١	١,٢	١,٢	٣,٥
المواصلات الأرضية (٥٪)	٠,٧	٠,٨	١,٧	٢,٢
أخرى (٦٪)	٠,٨	٠,٩	١,٩	٢,٦
المجموع	١٣,٩	١٤,٨	١٥,٠	٤٣,٧

المصدر : مجلة الاجتماعات والمؤتمرات ، مايو ١٩٩٠م .

وفي أحيان أخرى تكون خاصة بالتسويق والتعريف بمزايا إقامة اجتماع في منظمة أو مقاطعة ، وغالباً يكون هناك تمويل لهذه المكاتب إما من المدينة أو من المقاطعة .

وتوفر مكاتب المؤتمرات والزوار طرف الاتصال الأول عند البحث عن مكان لعقد اجتماع ، وبإمكانهم تعريف مخطط الاجتماع بالأماكن التي تناسب عقد الاجتماع . ويمكن في أحيان كثيرة أن تعمل هذه المكاتب على استضافة اجتماعات تعقد في أماكن عديدة ، وربما كان باستطاعتها توفير بعض المواد كبطاقات الأسماء أو حافظات الأدلة بسعر التكلفة . وبالتأكيد فإن بإمكان هذه المكاتب توفير ملفات بالمعلومات السياحية .

كما يمكن أن تساعد المكاتب السياحية في الولايات على التفاوض مع منظمات كبيرة راقية لعقد اجتماعاتها في مكان مناسب في الولاية . أما على المستوى القومي (الولايات المتحدة الأمريكية) فإن إدارة السفر والسياحة للولايات المتحدة الأمريكية (USTTA) تعمل لاجتذاب الاجتماعات العالمية إليها . وهي تطلب كذلك من الجمعيات المختلفة دعوة نظرائها الأجانب لحضور اجتماعات في الولايات المتحدة .

وهناك منظمات تسمى منظمات للتسويق عن بعد (DESTINATION MARTETING ORG) تقوم بتشجيع عقد الاجتماعات في مناطقها لما في ذلك من فوائد اقتصادية .

وتعد الاجتماعات كذلك وسيلة تعليمية وتحفيزية مهمة ، فهي توفر تدريباً حرفياً يرفع ويحسن من الإنتاجية ، كما تستخدم بشكل فعال لتشجيع المجموعات للسعي نحو تحقيق الأهداف ، وتوفر الاجتماعات كذلك الفرصة للاتصال ، ولقد قال (ويليامز ماتيوز) : «إن العقل الناضج يجب أن يتكلم وإلا أصبح كئيباً» .

نشاطات الفصل :

١ – قيم مهاراتك : هل بإمكانك توفير متطلبات إعلان الوظائف في بداية هذا الفصل ؟

٢ – قيم شخصيتك : هل بإمكانك توفير متطلبات الإعلان الشخصي في هذا الفصل ؟

٣ – اكتب رسالة إلي صاحب عمل محتمل يطلب مخطط اجتماعات موضحاً له كيف أنك مؤهل (للوظيفة) .

٤ – أعط تقييماً لكل مهمة من المهام الموجودة في قائمة التأشير الخاصة بالتخطيط للاجتماعات باستخدام ميزان تقييم من (١ – ٥) عن مدى ثقتك في القيام بها بكفاءة . فدرجة «٥» تعني أن لديك كامل الثقة ، بينما درجة «١» تعني أنك تشعر بأنك لم تطور بعد المهارات اللازمة لتلك المهمة .

الفصل الثانى

من الذي يجتمع ؟

عندما تنتهي من هذا الفصل ستتمكن من :

١ - تصنيف الأنواع المختلفة للاجتماعات .

٢ - شرح أبرز سمات أعضاء المنظمات .

٣ - عمل لمحة تعريفية عن مشارك .

من الذى يعقد اجتماعات ؟ من يذهب لاجتماعات ؟ بإمكان صديقين أن يجتمعا ليناقشا رحلتهما المقبلة ، أو بإمكان ٢٠,٠٠٠ شخص أن يجتمعوا لينتخبوا مرشحًا رئاسيًا .

وتعقد الاجتماعات أساسًا للمنظمات بواسطة المنظمات ، وهى مجموعة من الأشخاص الذى يتحدون لتحقيق هدف مشترك . وعادة ما يجتمع أعضاء المنظمة لتبادل المشاعر والأهداف والتطلعات والمعلومات . أما لماذا يجتمعون ؟ فإنهم عادة يجتمعون للعمل أو للمتعة .

ويمثل التعرف على نوع المنظمة ونطاقها الجغرافى الخطوة الأولى لتخطيط الاجتماعات . وتبنى كثير من القرارات وتفاصيل التنظيم على هذه الحقائق .

تنقسم المنظمات إلى فئتين عامتين هما : الجمعيات والأعمال . والجمعيات عبارة عن منظمات من الأشخاص الذين يرتبطون برابطة مهنية أو اهتمامات شخصية . أما الأعمال فهى شركات . ويشكل الأشخاص العاملون فيهما المنظمة . وللجمعيات والشركات احتياجات من الاجتماعات مختلفة ، وسيتم التطرق إلى ذلك لاحقًا .

الجمعيات :

ويمكن تقسيم الجمعيات بناءً على أهدافها وأغراضها . وتحتوى موسوعة الجمعيات على أكثر من ١٩,٠٠٠ جمعية ، معظمها تعقد اجتماعات سنوية .

- **الجمعيات الحرفية** : وتتكون من أشخاص تجمعهم وظيفة أو حرفة ، وربما بلغ عدد أعضاء الجمعيات الحرفية عشرات الآلاف من الأعضاء ، وربما كان عددهم أقل من (١٠٠) حسب عدد الأشخاص فى ذلك المجال . ويرمز مصطلح "حرفة" إلى دراسات متقدمة أو تدريب متخصص . وتنشأ الجمعيات الحرفية لأشخاص في وظائف مثل الطب والهندسة والتعليم والقانون . وتطول القائمة لو أردنا تعداد الوظائف التى لها جمعيات حرفية . ومن الأمثلة على الجمعيات الحرفية : جمعية الطب الأمريكية ، والجمعية الوطنية للتعليم ، وجمعية طب الأسنان الأمريكية .

وتشكل الجمعيات الحرفية بشكل عام للمشاركة فى المعرفة ، وغالبًا ما تكون هناك

معايير وشروط صارمة للعضوية . وتقوم تلك الجمعيات بضبط حرفة معينة عن طريق وضع معايير للأداء ولأخلاقيات الحرفة . وتنشأ بعض الجمعيات فقط لتكون هيئات تمنح شهادات الاعتراف . وجمعية الكليات والمدارس المستقلة هى مثال على ذلك . فهى تمنح الاعتراف للمدارس ، ويعقد أعضاؤها اجتماعات سنوية .

وربما يكون للجمعيات الحرفية مستويات محلية وعلى مستوى الولاية وعلى المستوى الوطنى وربما على المستوى العالمى . وربما كان لها فروع (Chapters) ، أو مجموعات محلية تجتمع دورياً أو كلما دعت الحاجة . وربما كان اجتماعهم فى منزل أحد الأعضاء أو ربما كان فى حفل غداء وعشاء منظم .

وعادة ما تكون اجتماعات الجمعيات الحرفية على مستوى البلد سنوية ، وتركز هذه الاجتماعات على التدريب والتعليم وتحديث المهارات . وقد يعقد أصحاب التخصصات الفرعية اجتماعاتهم تحت مظلة الجمعيات الكبيرة ، فعلى سبيل المثال فإن المتخصصين فى الأنف والأذن والحنجرة ربما اجتمعوا ضمن الاجتماعات السنوية للجمعية الطبية الأمريكية .

- **جمعيات الصناع العمالية** : وهى تماثل الجمعيات الحرفية فى كونها مجموعة من الأشخاص الذين يعملون فى نفس العمل أو المجال الوظيفى . وقد يكون الأعضاء مزارعين أو كهربائيين أو سباكين . وتضع جمعيات الاتحادات العمالية معايير الأداء فى مجال عملهم ، كما يعملون على تنمية وعى الناس حول أعمالهم . وتنضوى تحت هذه الجمعيات الاتحادات العمالية مثل الـ (AFL- CIO) . وتعقد هذه الجمعيات اجتماعات لتبادل المعلومات ولإدارة أعمالها .

وعادة ما تعقد هذه الاجتماعات بشكل سنوى ، وتشارك الفروع المحلية لهذه الجمعيات بنشاط . وهناك نقابة منظفى المداخن الوطنية (النقابة هى لقب يطلق على جمعيات الصناع) ، وهناك اتحاد معبئى المشروبات المرطبة (المرطبات) ، كما أن هناك العديد من الجمعيات المهنية .

- **المنظمات الاجتماعية** : وهى عادة ما تهتم بالخدمة ، فتقوم بالتبرع بالوقت والمال لأعمال الخير . وتتكون هذه المجموعات عادة من أشخاص تربطهم الصداقة .

ومن أمثلة هذه المنظمات [1] : إلكس (ELKS) والليونز (LIONS) والماسون (MASONS) وسيفيتانز (CIVITANS) وأندية الروتارى (ROTARY) ، وتعقد هذه المنظمات فى العادة اجتماعات كبرى تقام فيها الاستعراضات ومختلف النشاطات الاجتماعية الكبيرة فى الشوارع . ويشارك فى اجتماعات هذه المنظمات السنوية أعضاء من مختلف أرجاء العالم .

– **الجمعيات الإغريقية النسائية والرجالية** : وهى التى تقام فى حرم الجامعات ، وهى فرع آخر لشبكة المنظمات الاجتماعية التى تهدف إلى التآخى والتدريب على القيادة . وأقدم هذه الجمعيات الجامعية جمعية (PHI BETA KAPPA) .

– **جمعيات أصحاب الاهتمامات المشتركة** : وتنتظم هذه الجمعيات حول العديد من الهوايات المختلفة والاتجاهات الحرفية ، مثل المهتمين بزراعة نوع من البنفسج ، وهناك هواة جمع نماذج القطارات ، وهواة قراءة القصص العلمية الخرافية ، وتجتذب هذه الهوايات أعداداً من الناس يشكلون جمعيات ويعقدون لها الاجتماعات .

وتركز جمعيات الاهتمامات المشتركة على تبادل المعرفة ، وغالبًا ما تلتقى هذه المجموعات لبيع أو تبادل الأشياء كالعملات والطوابع البريدية النادرة . وربما عقدت اجتماعاتها على المستوى المحلى أو الوطنى أو الدولى . وعادة ما يكون محور اجتماعات هذه المجموعات معرضاً تجارياً .

– **المجموعات السياسية** : وتجتذب المجموعات السياسية أناساً يجمعهم توجه سياسى أو قانونى معين من خلفيات متعددة . ويعقد الحزب الجمهورى والحزب الديموقراطى اجتماعات على المستوى المحلى ، ويعقد كلاهما اجتماعات رئاسية على المستوى الوطنى لترشيح أعضاء لبعض المراكز السياسية .

من أمثلة المجموعات السياسية التى تشكلت لإحداث تعديلات قانونية معينة جمعية «أمهات ضد القيادة تحت تأثير الخمور» (MADD) ويجتمع أعضاء هذه الجمعيات لعمل سياسات قانونية وللتثقيف ورفع الوعى حول بعض القضايا المحددة .

(١) ملاحظة المترجم : هذه جمعيات ماسونية يستخدمها اليهود لتحقيق بعض أغراضهم تحت ستار خدمة المجتمع .

– **المنظمات الدينية والعرقية** : المنظمات الدينية والعرقية تربط أعضاءها خلفيات أو اهتمامات عقائدية أو اجتماعية مشتركة . وترمي هذه المجموعات إلى رفع الوعي حول معتقداتها وخلفياتها . وتجمع المنظمات الدينية لوضع السياسات والمعايير والمعتقدات لأتباعها .

والجمعية الوطنية لتقدم الأشخاص الملونين هي مثال للمنظمات العرقية التي تشكل في نفس الوقت توجهًا سياسيًا . وهي تعمل على رفع الوعي وتراقب القوانين وقوى الضغط . كما تجتمع المنظمات العرقية كذلك للترفيه والبهجة وغالبًا لنشر عاداتها وتقاليدها والحفاظ عليها . وجمعية (روبرت برنز) التي تعمل على إبراز الحضارة الإسكتلندية مثال على ذلك .

المنظمات الخيرية : المنظمات الخيرية مثل جمعية القلب الوطنية وجمعية الرفق بالحيوان التي تقوم لأهداف عديدة ، وأهدافها الأساسية هي تحسين معرفة العامة ببعض الأمراض والعاهات والمشاكل الاجتماعية ، وجمع المال لإقرار البحوث والمساعدة .

وللجمعيات الخيرية فروع محلية قوية وشبكات وطنية ودولية . وتتمحور اجتماعاتها حول نطاق عملها ، وربما تضمنت تقديمًا للبحوث خصوصاً إذا كانت اهتمامات الجمعية في المجال الصحي .

المنظمات التجارية (الأعمال) :

تعقد المنظمات التجارية صغيرها وكبيرها في أنحاء العالم اجتماعات ، وربما كانت اجتماعات للإدارة العليا أو للعاملين في صف الإنتاج الأول ، أو اجتماعات للمساهمين لاتخاذ بعض القرارات الرئيسية للشركة ، أو ربما كان الاجتماع للعاملين في المبيعات لزرع الحماس حول منتجات جديدة .

وتعقد المنظمات التجارية الاجتماعات لأسباب عديدة من بينها تطوير المبيعات والتدريب . وقد تتميز اجتماعات الشركات التي تخصص لتقديم منتج ما بكونها في العادة كبيرة ومكثفة مما يستدعي الكثير من التخطيط ، ولكن الكثير من اجتماعات المنظمات التجارية صغيرة وسهلة التنظيم .

ويمكن تقسيم منظمات الأعمال والصناعة إلى أربع مجموعات رئيسية هى :

١ - الصناعة . ٢ - التوزيع .

٣ - تقديم الخدمات . ٤ - الحكومة .

وربما شملت بعض المنظمات أكثر من نشاط من هذه النشاطات . وبعض منظمات الأعمال هى شركات كبرى متعددة الأغراض تملك العديد من الشركات التى تعمل فى كل نشاط من الأنشطة المذكورة .

ومن الممكن أن لا ينطبق التصنيف المذكور سابقًا على بعض المنظمات التجارية : وعندما تريد أن تصنف المجموعة وفقاً للتصنيف السالف الذكر ، ركز على معرفة المنتج الأخير لها . فمثلاً نشاط (ماكدونالد) الرئيسى هو تقديم الغذاء ، ومع هذا فهو نشاط خدمة مع كونه يوزع ويصنع بعض الأشياء .

وتقيم الكثير من المنظمات المذكورة معارض تجارية ، ويناقش الفصل الثالث هذه الاجتماعات الخاصة .

- تقوم **الصناعة التحويلية** بإنتاج وتجميع وصناعة بعض الأشياء من مواد خام ، وعليه فإن جميع الأشياء التى تراها أو تلمسها ، بدءاً من السيارة إلى مشبك الورق تمت صناعتها ، وبالطبع فإن هناك ملايين المنظمات الصناعية التى تملك الكثير من المصانع والمعامل . ومن نافلة القول إن الزراعة هى كذلك نوع من أنواع الصناعة . وتضم المنظمات الصناعية عاملين فى مجالات الإنتاج والإشراف والإدارة . ويشمل عمل كثير من المنظمات الصناعية نشاطين آخرين هما التوزيع والخدمات . ومن الممكن أن تكون المنظمة الصناعية صغيرة ، عبارة عن محل حياكة به عاملان يقومان بتفصيل بعض السترات ، أو من الممكن أن تكون المنظمة الصناعية فى حجم شركة (فورد) العملاقة .

وتعقد المنظمات الصناعية اجتماعات لتدريب العمال والإداريين . وربما كانت كمية الإنتاج أو هامش الربح موضوعاً لاجتماع للإدارة . وتقوم المنظمات الصناعية بإقامة المعارض التجارية لعرض بضائعها .

- يقوم **الموزعون** بالتوزيع والتوصيل والإمداد . وينضوى تحت هذا التقسيم المبيعات التى تعد أحد المكونات الكبرى لاقتصاد البلاد ، ويشمل نقل البضائع من المنتج إلى المشترى : التغليف والنقل والتخزين وفي النهاية البيع (الجملة والتفرقة على حد سواء) ، وكما ذكر سابقًا فإنه من الممكن أن يكون التوزيع والخدمات جزءًا من نشاط التصنيع .

وربما كان الموزع هو عبارة عن متجر صغير لشخصين متخصص فى المنتجات اليدوية ، يقوم المالك فيه بتوزيع (بيع) منتجات الفخار والسلال . أو ربما كان الموزع هو شركة (كى مارت K Mart) العملاقة التى تقوم ببيع الكثير من المنتجات . ويختلف حجم الشركة وعدد العاملين بشكل كبير بين منظمات التوزيع .

وقد يقوم الموزعون بعقد اجتماعات تدريبية للمندوبين ، أو ربما كان الاجتماع بغرض التحفيز عن طريق منح هدايا وجوائز لمن يحققون أكبر حجم من المبيعات . وربما كان الاتصال الداخلى أو الإجراءات هى موضوع اجتماع لمنظمة توزيع .

- إن **قطاع الخدمات** يقوم بمساعدتك والمحافظة عليك وعلى ممتلكاتك ، فبينما يتعامل الصانعون والموزعون مع منتجات ، يقوم قطاع الخدمات بعمل إجراءات أو نصائح أو استشارات أو إدارة . والفنادق والمطاعم والبنوك ومؤسسات الأسهم وشركات التأمين والمغاسل كلها منشآت خدمات .

وبالإمكان تقسيم صناعة الخدمات إلى مجالات مثل : الضيافة ، والمالية ، والاتصالات ، والخدمات الشخصية . وتشمل الضيافة نشاطات الإقامة والمطاعم . كما يمكن تصنيف أماكن الألعاب والتسلية على أنها ضمن قطاع الضيافة .

وقطاع المالية يشمل المصارف والتأمين وشركات الأسهم . أما الاتصالات فتشمل وسائل الإعلام والصحف والراديو والتلفزيون وشركات الإعلام . ويشمل قطاع الخدمات الشخصية : الصيانة والإصلاح والعقار والرعاية الصحية ، إلى جانب أعمال أخرى .

كما أن شركات الكهرباء العامة منها والخاصة هى نوع آخر من أنواع الخدمات . وهذه الشركات قد تقوم بتصنيع أو تحسين منتج ثم تقوم بتوزيعه على الناس ، ولكن هدفها النهائى هو توفير خدمة .

يتراوح حجم أعمال الخدمات من محل لتصليح الأحذية يعمل فيه شخصان ، إلى شركات أسهم أو عقار أو استثمار على مستوى البلد تشغل آلاف الموظفين . وتعقد شركات الخدمات اجتماعات للموظفين ، كما توفد مشاركين إلى اجتماعات الجمعيات المناسبة . وتمثل علاقات الزبائن ومعالجة المعلومات في الغالب موضوع الاجتماعات .

– وتمثل **الحكومة** قطاعًا رئيسيًا من قطاعات الأعمال ؛ إذ لا يشترط بالضرورة أن يكون قطاع الأعمال منشأة تجارية . وتقوم المؤسسة الحكومية في كافة مستوياتها (المدينة ، المقاطعة ، الولاية ، وعلى مستوى البلد) بعقد الاجتماعات بشتى أنواعها . وتمثل القوات المسلحة جزءًا كبيراً من الحكومة .

وتختلف احتياجات الحكومة والقطاعات العسكرية من الاجتماعات عن احتياجات غيرها من المنظمات . ولا بد من مراعاة المصروف اليومي المسموح به للسفريات الحكومية عند التخطيط للاجتماعات الحكومية . وعادة تدعو المنظمات الحكومية للاجتماعات بهدف التعلم أو تغيير إجراءات العمل أو للتخطيط .

– **نشاط الحلقات التعليمية أو التدريبية** . ويتمثل أساسًا في عمل اجتماعات عامة أو في بيع منتج . وغالبًا ما يكون المنتج المبيع حلقات إضافية أو أشرطة أو كتبًا . وتعالج الحلقات التي تهدف إلى الربح : التنمية الشخصية أو الأمور المالية . وتقوم هذه المنشآت بعقد حلقات عامة في المدن الرئيسية .

النطاق الجغرافي :

تقام المنظمات على المستوى المحلي أو الإقليمي أو على مستوى الولاية أو على المستوى الوطني أو العالمي . وربما كانت للجمعيات ومنظمات الأعمال التي لها أكثر من مكتب أو وضع أو مركز تسويق ، لها أقسام في مناطق جغرافية متفرقة .

وإذا كان لمنظمة نطاق جغرافي واسع فإن عضويتها تتضخم . ويساعد تحديد النطاق الجغرافي للمنظمة على تحديد عدد الأشخاص المحتمل حضورهم لاجتماعاتها ، وكلما زاد عدد الأعضاء زاد عدد المشاركين في الاجتماعات . وعادة ما يكون اجتماع على مستوى البلد أكبر من اجتماع على مستوى الولاية .

وعادة ما تتمدد المنظمات جغرافيا على شكل هرمي . فالمنظمات في المقاطعة تجتمع ثم يتم اختيار ممثل أو مالكين لها للمشاركة فى الاجتماع على مستوى الولاية ، ثم تقوم منظمة الولاية باختيار ممثل للذهاب إلى الاجتماع الذي يعقد على مستوى البلد . ومن الممكن كذلك أن يقوم اجتماع على مستوى البلد باختيار مرشح لحضور اجتماع على المستوى العالمي .

في جميع مراحل التخطيط للاجتماعات تعتبر التركيبة الجغرافية للحضور عاملاً حيوياً لا بد من أخذه بعين الاعتبار . وبعض الاجتماعات تجتاز الحدود . فاجتماع في (تورنتو) على سبيل المثال ربما اجتذب أعضاء من منظمات في كندا مع كون الاجتماع في الأساس خاص بالأعضاء الأمريكان . ولقد أصبحت الكثير من المنظمات الأمريكية منظمات دولية لكونها تضم أعضاء معدودين من كندا أو المكسيك . وبنفس الطريقة فمن الممكن أن تعتبر بعض المنظمات الكندية أو المكسيكية منظمات دولية لكونها تضم أعضاء يحملون الجنسية الأمريكية .

لمحة عن المشارك :

إن نظرة سريعة لملامح المشارك التقليدي في اجتماع تعطي للمخطط فكرة حول الاجتماع . فهي تعطيه أفكاراً حول مكان عقد الاجتماع وكيفية جدولته وتحديد سيره ، كما تعطي اللمحة كذلك مؤشرات حول مدى الرسمية التي يجب أن يكون عليها برنامج الاجتماع ومستوى الفخامة المرغوب . وتوضح اللمحة عن المشارك مدى الحاجة للتغلب على عائق اللغة ، أو الحاجة إلى توفير التسهيلات المناسبة للمشاركين ذوي الإعاقة . وتشمل ملامح المشارك : العمر ، والجنس ، والوظيفة ، ومعدل الدخل ، والمدينة ، وفيما إذا كان المشارك سيصحب معه أحداً ، ومن سيدفع .

– **العمر** : تضم العديد من الاجتماعات مشاركين من مختلف الأعمار ، مع أن العديد من المنظمات تحصر العضوية في مستوى عمري محدد . ومن الممكن أن يبين نوع المنظمة عمر المشاركين بوضوح . فالواحد منا يفترض أن اجتماع الأطباء يضم مشاركين يتعدى أعمارهم الـ ٢٥ سنة ؛ لأن معظم الأشخاص ممن هم أقل عمراً من ذلك ليست لديهم شهادات طبية ، بينما المشاركون في اجتماع لجمعية "القادة

المستقبليين للأعمال في أمريكا" التي هي خاصة بمن هم في المرحلة الثانوية ، تتراوح أعمارهم بين (١٥) و (١٨) سنة .

إذا كان عمر المشاركين في المتوسط بين (١٨ - ٢٥) عامًا ، فإن الاجتماع سيأخذ طابعاً آخر يختلف عن طابع اجتماع لكبار السن . فعلى سبيل المثال فإن اجتماع جمعية جامعية يختلف تماماً عن غيره من الاجتماعات . ففي اجتماع كهذا يتوقع الواحد منا أن يكون هناك الكثير من النشاطات السريعة الطابع ، وكذلك أن يكون طابع الاجتماع غير رسمي . في حين أن اجتماعاً لأعضاء كبار السن يأخذ مختلفاً ، فسير النشاطات سيكون أبطأ ، والجو العام سيكون أكثر رسمية ، كما أن الاجتماع ومحيطه سيكون أكثر فخامة .

- **الجنس** : تتميز بعض الاجتماعات بأنها إما مخصصة للذكور فقط أو أنها خاصة بالإناث دون الذكور . فعلى سبيل المثال فإن اجتماعاً لشركة تجميل سيكون حضوره في الغالب نساء . أما لو كان الاجتماع خاصًا ببيع المعدات الثقيلة فسيكون فريق المبيعات معظمه من الرجال . وهناك الكثير من الاجتماعات التي يكون حضور النساء فيها معادلاً لحضور النساء . وعموماً فإن نشاطات وقت الفراغ ، والتسلية وقائمة الطعام ، يجب أن تلبي احتياجات الجنسين .

- **المهنة** : إن عمل الشخص يدل على رغباته واهتماماته ، فالمعرفة ، والأشياء المفضلة وغير المفضلة ، وما إلى ذلك هي دلائل على متطلبات الاجتماع . وتضم العديد من الاجتماعات أشخاصاً في نفس المهنة أو العمل . فاجتماع لأساتذة كلية على سبيل المثال يتميز بمستوى من الرسمية والفخامة وطابع الأداء يختلف عن اجتماع لمالكي آلات ألعاب التسلية الكهربائية .

إن تخطيط اجتماع لأناس يعملون في نفس العمل أو أناس يستمتعون بنفس الهواية أسهل نوعاً ما من محاولة إرضاء رغبات أناس من حرف مختلفة ، أو صناعات أو نشاطات لوقت الفراغ . وكقاعدة فإن رغبات أعضاء أية مجموعة مهنية تتشابه ، كما تتشابه أيضاً خلفياتهم الاجتماعية والاقتصادية .

وبالتأكيد فإن اجتماعات الشركات تضم أشخاصاً يعملون فى نفس الشركة ، ولكن ليس بالضرورة فى نفس المهن . فقد يشمل الاجتماع محاسبين ، ومساعدين إداريين ، وممثلى مبيعات ممن يعملون فى نفس الشركة . وفى هذه الحالة يخطط البرنامج لمواجهة احتياجات مجموعات المهن المختلفة الممثلة عن طريق جلسات فرعية مواجهة تغطى المجالات المختلفة .

- **معدل الدخل** : يجب على مخطط الاجتماع مراعاة متوسط دخل المشاركين عند اتخاذ القرار بشأن المكان والمبنى . وتساعد تقديرات مستويات الدخل مخطط الاجتماع على تخطيط نشاطات وقت الفراغ ، وعلى اقتراح مستوى الفخامة المتوقعة فى الاجتماع ، وتحديد رسوم التسجيل بناءً على معدل الدخل .

وتتفاوت دخول أعضاء الجمعيات الذين تجمعهم نفس الحرفة أو الهواية . فعلى سبيل المثال معدل دخل أعضاء جمية ملاك سيارات المازيراتى القديمة فى أكثر الاجتماعات عالٍ جداً ، على خلاف دخل هواة جمع الدمى القديمة الذى يكون متفاوتاً ، ومن الصعب تحديده .

- **المدينة** : هل المشاركون من أحياء مدينة كبيرة أم هم من مدن صغيرة ومزارع ؟ يساعد جواب هذا السؤال مخطط الاجتماع على اختيار مقر الاجتماع ، وعلى اختيار ما يقوم به المشاركون فى وقت فراغهم .

وعادةً يرغب سكان المدن الصغيرة التى لا تتوفر فيها الكثير من التسلية وأماكن الترفيه فى زيارة المدن الكبيرة التى تتوفر فيها وسائل الترفيه والتسلية . أما سكان المدن الكبيرة فيحبذون المنتجعات والمصايف الهادئة ، كما يفضلون برنامجاً يحوى الكثير من أوقات الراحة والاسترخاء .

وثمة عامل آخر يؤثر فى التخطيط للاجتماع وفى تكاليفه يتمثل فى المسافة التى يقطعها المشاركون لحضور الاجتماع .

- **إحضار الزوج أو الزوجة والأصحاب** : يتزايد عدد الشركات والجمعيات التى تشمل دعوة الزوج أو الزوجة لحضور الاجتماع . وفى الاجتماعات التحضيرية التى تعقد

لتقدير وتشجيع الموظفين ذوى الأداء العالى ، يقوم أكثر من (٨٨٪) من الشركات والجمعيات بدعوة الزوج أو الزوجة لحضور الاجتماع أو للمشاركة فى الرحلات التكريمية .

ومن جهة أخرى فإن بعض الاجتماعات تكون مقصورة على أناس محدودين أو يكون الاهتمام بموضوعها محدوداً ، مما يستدعي عدم دعوة الزوج أو الزوجة . ومع عدم دعوته أو دعوتها ، فإن البعض يصطحبها لمرافقته عند حضور النشاطات الاجتماعية المصاحبة التى تعقد خارج الاجتماع .

ويجب أن توضح النبذة عن المشارك نسبة من سيصحبون أزواجهم أو مرافقين ، فهذه المعلومات ستحكم الاحتياجات من الغرف ، وتقدير عدد الوجبات ، وادارة وقت الفراغ . لقد أصبح إعداد برنامج للمرافقين جزءًا رئيسيًا فى عملية تخطيط الاجتماعات . ويوجد فى العديد من المدن منظمات تقوم بإعداد نشاطات للزوج أو الزوجة المرافقة خلال ساعات الاجتماع .

كما أن النبذة عن المشاركين يلزم أن توضح مدى رغبة المشاركين فى مصاحبة مشارك آخر فى الغرفة . إن البعض لا يحبذ ذلك ، بينما البعض الآخر يسعده ذلك لتقليل المصاريف .

- **من يدفع ؟** : فى العادة تقوم الشركة الراعية للاجتماع بدفع تكاليف الاجتماع ، بينما تتكفل الشركات بتغطية مصاريف منسوبيها . إن اجتماعات الجمعيات تضم فى العادة خليطًا من المشاركين ، وبعضهم يدفعون مصاريفهم بأنفسهم ، أما البعض الآخر فتتكفل شركاتهم بدفع المصاريف . فى أحيان كثيرة ينضم العاملون إلى عضوية منظمات ؛ لأن ذلك يساعدهم فى وظيفتهم ، ولأن شركاتهم تتحمل مصاريف حضورهم للاجتماعات ؛ نظراً للفائدة التى تعود على الشركة عندما يحضر أحد العاملين فيها اجتماعاً ثم يعود إلى مقر عمله ليشارك زملاءه بما حصل عليه من معلومات .

وعندما تجتمع مجموعة من أصحاب الهوايات أو الرغبات المشتركة ، فإن المشاركين فى العادة يتحملون - كلٌ عن نفسه - مصاريف الاجتماع ؛ لأنهم يرون فى

الاجتماع وسيلة لتنمية هواياتهم . وعندما يتحمل المشاركون مصاريفهم ، يجب على مخطط الاجتماع أن يضع فى ذهنه تقليل التكاليف ، إلا إذا كانت المجموعة ميسورة الحال مثل مجموعة ملاك سيارات المازيراتى القديمة ، التى يرصد أعضاؤها فى أغلب الأحيان ميزانية كبيرة للصرف على الاجتماع .

تمعن فى نبذة المشارك التالية ، وقرر مدى موافقتك على الاستنتاجات التى خرجنا بها حول نوع الاجتماعات الأكثر تناسباً مع هذه المنظمات .

جمعية ملاك سيارات المازيراتى الأثرية :

العمر : ٤٥-٧٠

الجنس : ذكر (٩٠٪)

المهنة : مهنى (طبيب ، محامٍ)

معدل الدخل : أكثر من ١٠٠,٠٠٠ دولار

المدينة : مختلفة المكان والحجم

برفقة زوجة : ٥٠٪

من يدفع : نفسه

يتضح من اسم هذه الجمعية أنها ستجتمع بغرض البهجة . وسيكون هناك معلومات عن التبادل وقد يكون هناك معرض صغير للقطع المستعملة . وهى مجموعة من ذوى الدخل المرتفع . والتوفير هنا ليس شرطاً رئيسياً . فيجب توفير بعض النشاطات للزوجة . ويتوقع الحاضرون مستوى معيناً من الفخامة ، ولكن الاجتماع سيكون غالباً غير رسمي ، كما يجب توفير وقت للنشاطات الاجتماعية .

جمعية مدرسى النسخ :

العمر : ٢٢-٥٥

الجنس : أنثى

المهنة : مدرسة ثانوي

معدل الدخل : ٢٨,٠٠٠ دولار

المدينة : مدن حضرية ومناطق ريفية

برفقة الزوج والزوجة : ١٠٪

من يدفع : (٨٠٪) مدرسة المقاطعة و (٢٠٪) المشارك نفسه

يتضح من هذه المعلومات أنه يجب جعل تكلفة الاجتماع في أدنى حد ، فإذا كانت التكلفة عالية فلن تدفع المدارس ، ولن يتمكن الراغبون فى الاجتماع من المشاركة . ويفضل أن تكون التكلفة متوسطة فى حدود إمكانات المشاركين ، مع توفير قدر معين من الرفاهية والسرعة والتنظيم الجيد للمساعدة فى تحقيق الأهداف التعليمية .

فريق مبيعات التأمين المشترك للمناطق الشمالية الشرقية :

العمر : ٢٨-٥٠

الجنس : ذكر (٩٥٪)

المهنة : مبيعات

معدل الدخل : ٣٦,٠٠٠

المدينة : ١٠,٠٠٠ - ٢٠,٠٠٠ صغيرة من ضواحى المدينة .

برفقة الزوجة : ٥٥٪

من يدفع ؟ : الشركة (من حساب المصروفات)

إن الهدف من هذا الاجتماع هو فى الغالب مكافأة ممثلى المبيعات أو تحفيزهم لزيادة مبيعاتهم . ويجب أن ينسق مخطط الاجتماع مع الشركة فى مجال التكلفة ، حيث إنها هى التى ستدفع المصاريف . ويجب توفير النشاطات التى تشمل الزوج أو الزوجة المرافقة .

الخلاصة : إن تخطيط الاجتماع يعني معرفة المنظمة ومعرفة الأشخاص الذين سيحضرون الاجتماع . وتعتمد قرارات تخطيط الاجتماع على المعلومات التي تحدد من خلال النبذة عن المشارك .

نشاطات الفصل :

١ - اذكر ثلاثة أمثلة على كل نوع من أنواع الجمعيات التالية في منطقتك

- الحرفية .
- التجارية .
- الجامعية .
- الاجتماعية .
- الهوايات أو الاهتمامات المشتركة .
- الدينية .
- العرقية .
- الخيرية .

٢ - قابل شخصاً من مجموعات الأعمال التالية وتعرف على عدد الاجتماعات التي تعقد خلال العام لكل نوع من هذه الشركات ، وحاول أن تعرف هل هذه الجمعيات محلية أم على مستوى المقاطعة أم على مستوى الولاية أم على مستوى البلد أم على المستوى العالمي ؟ واحصل على نبذة عن المشاركين في الاجتماع :

- المصنعون .
- الموزعون .
- قطاع الخدمات .
- الحكومة .

الفصل الثالث

أهداف الاجتماعات وأنواعها ؟

بعد إنهائك لهذا الفصل ستصبح قادراً على :

١- فهم أسباب عقد الاجتماعات .

٢ - معرفة الأسماء التى تطلق على الاجتماعات .

٣ - معرفة أساسيات المعارض التجارية .

لماذا تعقد الاجتماعات ؟ هل لأنها جزء من التقاليد ؟ "نحن نجتمع كل عام" . هل الاجتماع هو أسرع طريقة للتبليغ بشيء أو لحل مشكلة ، أو لتبادل الأفكار ، أو للتعارف ؟ ما هو تعريف الاجتماع ؟ إن أحد التعاريف المألوفة للاجتماعات تقول إن الاجتماع "حدث مخطط له بين شخصين أو أكثر لهدف موحد" .

ولا بد من تحديد أهداف وأغراض الاجتماع بشكل واضح . فمنظمة لها أهداف ومقاصد وتطلعات آنية ربما تعتقد أن عقد اجتماع هو أكثر الطرق فعالية لتحقيق أهدافها وتطلعاتها . فعلى سبيل المثال لو أن شركة عزمت على تطبيق نظام محاسبي جديد فمن المحتمل أن يقاوم قدامى الموظفين هذا التغيير ، وهنا ربما يساعد اجتماع على مستوى الشركة فى التغلب على تلك المقاومة . ويتم الدعوة للاجتماع لهدف ، فيتم التصميم والتخطيط له لجعله أقل تعقيداً . وإذا كانت الأهداف غير واضحة ، أو مبالغ فى تبسيطها ، أو غير هامة ، فربما لا تكون هناك حاجة لاجتماع . حتى الاجتماعات الإلزامية – كاجتماعات المساهمين – لا بد أن يكون لها أهداف ، ومن الممكن أن تكون ببساطة إقراراً للميزانية أو لاختيار مسئولين جدد .

وتقوم الإدارة بالتدقيق والتمحيص فى أهداف وجداول اجتماعات الشركات . وبالطبع فإن الوقت ثمينٌ كالمال ، والاجتماعات تستهلك الوقت والمال ، ولهذا فإن أهداف الاجتماع لا بد أن تكون قيِّمة . ولا تقتصر تكلفة الاجتماعات على مصاريف التسجيل والنقل والإقامة ، بل لا بد من إضافة تكلفة التغيب عن العمل . ويجب اعتبار الاجتماع استثماراً فى تنمية معارف وشخصية الموظف أو عضو الجمعية .

فى العديد من الاجتماعات يكون للمشاركين المتوقعين الخيار في الحضور أو عدمه . ولا بد أن تكون قيمة الاجتماع ظاهرة قبل أن يحضر المشاركون . ولهذا فإنه يلزم أن توضح جميع الاتصالات مع المشاركين المثلين أهداف ومقاصد وأغراض الاجتماع . ولا بد أن تكون الطريقة التى سيحقق بها الاجتماع تلك الأهداف ظاهرة .

مبررات عقد الاجتماعات :

تعقد الاجتماعات لسبب أو أكثر من الأسباب التالية :

١ - للتعليم والتدريب .

٢ - لإنجاز الأعمال الداخلية للمنظمة .

٣ - للتحفيز .

٤ - للمكافأة والاحتفال .

٥ - لتحقيق دخل أو إيراد مادى .

التعليم والتدريب :

تعقد معظم الاجتماعات لأغراض التعليم التدريب أو لتبادل المعلومات . وربما احتاج أعضاء الجمعية إلى معرفة التشريعات القادمة ، أو وربما احتاج الموظفون إلى معرفة التغييرات فى سياسة الشركة . وتشمل النشاطات التعليمية التى يخطط لها فى الاجتماعات : التدريس ، وتحديث أو مراجعة المهارات ، وشرح أفكار وأساليب جديدة ، والتعريف بالمصادر . كما يمثل الاتصال والاجتماع بين الزملاء فى العمل جزءاً هاماً فى عملية التعليم والتدريب .

فى بعض الأحيان يقوم خبير بتعليم أسلوب جديد أو باستكشاف فكرة جديدة باستخدام طريقة المحاضرة التقليدية ، أو باستخدام طريقة النقاش بين جماعة من المتناقشين والحاضرين ، وذلك بمساعدة شخص يسهل عملية نقاش . كما أن تحديث أسلوب ما أو مراجعة معلومات ، يمكن أن يتم من خلال المحاضرة والجلسات التى يشارك فيها الحاضرون . وقد يقدم مرشحون لنيل شهادة الدكتوراه رسائل بحث حول اكتشافات جديدة فى أحد المجالات .

فى بعض الأحيان يمكن الحصول على وحدات فى مجال التعليم المستمر بحضور الاجتماعات التعليمية . وتطلب الكثير من الجمعيات المهنية من أعضائها تحصيل عدد محدد من ساعات التعليم المستمر كل عام كشرط لاستمرار الترخيص المهنى الذى تمنحه لهم ، أو كشرط لاستمرار عضويتهم فى المهنة .

وقد يتم فى بعض الاجتماعات تقديم واستعراض بعض المنتجات . وربما تم تقديم سيارة جديدة بكثير من البهرجة مع توضيح الفروق والتغييرات والميزات للسيارة

الجديدة مقارنة بإنتاج العام المنصرم وذلك لجهاز المبيعات . وقد يكون هناك خيط رفيع يفصل بين تعريف ممثلي المبيعات بمنتج جديد ، وتحفيزهم لبيعه .

وتمثل المعارض التجارية إحدى وسائل التدريب الجماعي . ومن الممكن أن تقام المعارض لعرض المنتجات والموارد . على سبيل المثال فإن الكتب الدراسية والوسائل التعليمية المساعدة الأخرى يتم عرضها في المعارض التجارية للمعلمين . كما يتم عرض أحدث الأجهزة الطبية والجراحية والمواد الصيدلانية لمن يحضرون المؤتمرات الطبية .

ومن الممكن أن يكون أحد أهداف الاجتماع هو تثقيف العامة عن طريق طلب تغطية الاجتماع إعلامياً . فعندما يعقد اجتماع حول أمراض مادة الأسبستس ويتم تغطيته إعلامياً بشكل مكثف ، فإن ذلك يرفع من وعي العامة حوله .

وقد يمنح لبعض دافعي الضرائب بعض الإعفاء الضريبي مقابل تكاليف حضورهم اجتماعاً تعليمياً . فمن الممكن خصم تكاليف التسجيل والسفر من الدخل الإجمالي للشخص . ويلخص الفصل الرابع أنظمة هيئة الضرائب حول هذا الأمر .

تصريف أعمال المنظمة :

"الرجاء من الموافقين أن يقولوا نعم" . إن تصريف أعمال المنظمة وعملياتها هو سبب آخر لعقد الاجتماع . وعلى الرغم من أن أعمال المنظمة الروتينية يتم القيام بها بشكل عادي من قبل المديرين والعاملين ، فإن ثمة مناسبة تستدعي عقد اجتماع على مستوى المنظمة أو على مستوى القسم .

فعلى سبيل المثال ، ربما برزت الحاجة إلى انتخاب مديرين جدد ، أو ظهرت حاجة إلى تخطيط وتصميم إستراتيجيات جديدة للمنظمة . ويلزم القانون الشركات العامة أن تعقد اجتماعاً سنوياً للمساهمين الذين يجب إشعارهم بالاجتماع . ويجهد مخططو الاجتماعات أنفسهم في محاولة ابتكار أكثر من طريقة لزيادة الرغبة في حضور هذه الاجتماعات التي يتم فيها عرض التقرير السنوي والمعلومات والأرقام المالية للعام ، أو مراجعة أعمال الشركة في العام المنصرم . وربما احتاج أعضاء مجلس إدارة منظمة إلى عقد العديد من الاجتماعات في السنة لمناقشة واتخاذ قرارات تشغيلية هامة .

تحفيز الأعضاء والعاملين :

"يتفوق هذا الطراز على كل ما هو متاح في السوق ، وهدفنا هو وضع (٢٥.٠٠٠) منه على الطريق بنهاية شهر مارس" . تجتمع المنظمات والمنشآت لبث الحماس وتوحيد الأعضاء للقيام بأعمال معينة . وربما كان الهدف هو بيع المزيد من المنتج ، أو رعاية تشريع مفضل ، أو تشجيع التحسين الذاتي . ويعتبر تشجيع روح الفريق أحد أنواع الأهداف التحفيزية .

عند تقديم منتج جديد فإن الإدارة تريد – بالإضافة إلى تعريف المشاركين في الاجتماع بالتحسينات التي أدخلت على المنتج – أن تحمس فريق مبيعاتها للبيع وتوقيع العقود ، وأن يكونوا فخورين بالمنتج . وتعتبر اجتماعات الدوافع – التي سنناقش بعد هذه الفقرة – ذات علاقة بالاجتماعات التحفيزية .

تقديم المكافآت والاحتفال بالإنجازات :

لو أنك بعت (٢٥) سيارة الشهر الماضي فربما فزت برحلة مجانية لحضور المباراة السنوية الكبرى لهذا العام . وشراء (٢٥٠٠٠) رطل من الأسمدة ربما منحك وعائلتك الفرصة للحصول على رحلة مجانية إلى (كانكون) . ونشاط السفر على شكل حوافز أو جوائز تقديرية هو نشاط كبير .

إن اجتماعات التحفيز تعد مكافآت لإنجازات كبيرة . وربما شملت رحلات إلى مناطق جذابة أو حفل غداء أو عشاء مع الترفيه . وتعقد اجتماعات التحفيز للأشخاص الذين كانت لديهم دوافع قوية وحققوا بنجاح بعض الأهداف المحددة سلفاً . وعادة ما تشتمل هذه الاجتماعات على نوع من الاجتماع الرسمي لكنه عادة ما يكون قصيراً .

ويتاح في بعض الأحيان لمن فازوا برحلات تحفيزية اختيار الوقت الذي يرغبون أن يتمتعوا فيه بتلك الرحلة ، أو تحدد الرحلة في إطار الرحلات الجماعية وتجدول في وقت معين . وفي هذه الحالة فإن كل شخص فاز برحلة مجانية يذهب سوياً مع الفائزين الآخرين . وعادة ما تكون الرحلات التحفيزية على الدرجة الأولى . وتستضاف المجموعة في أحد الفنادق ذات الأربع نجوم ، ويتم دفع جميع التكاليف بما فيها الوجبات والترفيه ورسوم ملاعب الجولف وبعض المال للمصاريف النثرية .

وهناك بعض الشركات التى تسمى "بيوت التحفيز" أو شركات الإنجاز التى تقوم بتخطيط اجتماعات التحفيز وتنظيم هذا النوع من جوائز السفر .

وقد ينظم اجتماع التحفيز حول وجبة فاخرة ومشروبات ، حيث يتم ترتيب وجبة غداء خفيفة أو قهوة أو شاى أو مشروبات منوعة ، أو وجبة مفتوحة أو حفل استقبال على شرف شخص ما . وربما شارك في ذلك أحد الفنانين أو المجموعات الفنية. وقد يكون محور الحفل حدثًا رياضيًا أو رقصًا . وقد يجتمع الناس ليحتفلوا بمناسبة مثل إقامة حفلات للاحتفال بفوز سياسى أو بزواج .

جمع التبرعات وإيجاد مصادر للدخل:

أخيراً ، ربما عقد الاجتماع فقط لجمع التبرعات . فعلى سبيل المثال يتم عمل حفل عشاء لجمع التبرعات للمرشحين للمناصب السياسية (الحكومية) . أو ربما دعى شخص مقابل (١٠٠٠) دولار لمقابلة أحد أعضاء عائلة مالكة . ويتم التبرع بالأرباح التي تحققت لجمعيات خيرية .

وتعتبر المعارض التجارية كذلك أحد النشاطات التى تهدف إلى تحقيق دخل . ومن الممكن أن تساهم رسوم الدخول أو رسوم العارضين فى مساعدة منظمة خاصة أو جمعية خيرية .

أنواع الاجتماعات :

"للانضمام ، للاتحاد ، للمواجهة ، للالتقاء وجهًا لوجه ، للتقابل ، للاتصال بـ" ، هذه هي تعريفات كلمة اجتماع . وكلمة اجتماع كلمة تطلق على أحداث كثيرة وعلى أى نوع من التجمع . ومع هذا فهناك أنواع كثيرة من الاجتماعات ، ولكل منها اسم معين يعطى له بناءً على عوامل ، منها : الهدف والحجم . ولأغراضنا هنا فإن الأنواع العشرة الأكثر شيوعًا مدرجة هنا . كما أن المعارض التجارية الكبيرة والصغيرة هي أنواع أخرى من الاجتماعات .

ضع فى الاعتبار أن باستطاعة الشخص تسمية الاجتماع بأى اسم يريد ، وتحديد الاسم يرجع إلى منظمى الاجتماع .

– **مؤتمر** (Convention) : يستخدم هذا الاسم عادة لوصف الاجتماعات القومية . وفي حالات كثيرة يكون المدعوون للمؤتمر مختارين لحضوره كممثلين لفروع المنظمات المحلية . وتتميز هذه الاجتماعات بضخامة الحجم . مثل مؤتمرات الحزب الديمقراطي والحزب الجمهوري ، وقد يطلق مصطلح (مؤتمر) على اجتماع يضم الممرضات على مستوى الولاية .

– **تجمع** (Congress) : وتدل هذه الكلمة هنا على مشاركة على المستوى القومي أو الدولي . إن الدلائل السياسية لهذا الاسم واضحة . ولكن المؤتمر (Congress) هنا يمكن أن يعقد من قبل أي مجموعة في أي موضوع . ويرمز الاسم عند البعض إلى مشاركة العديد من المندوبين ، حيث يمثل كل منهم فرعه المحلي أو منطقته الجغرافية .

– **مؤتمر** (Conference) : ويعني جمع أناس مع بعضهم . ومن الممكن أن يجتمع شخصان ، ولكن عادة ما يكون عدد الحاضرين في هذا النوع من الاجتماعات كبيراً . ويكون المشاركون من الذين يعملون في مجالات متشابهة . فربما كان مؤتمراً خاصاً بالمهندسين الكيميائيين أو مؤتمراً للهندسة الوراثية الكيميائية ، وربما ضم المؤتمر كيميائيين ومهندسين وأطباء وباحثين . ولفظ المؤتمر(Conference) هو أكثر الاسماء استخداماً لتسمية مثل هذه الاجتماعات .

– **مجلس** (Council) : ويعني اجتماع بعض الأشخاص لمناقشة موضوع معين . ويمكن استخدام هذا اللفظ لتسمية مجموعة أو لتسمية اجتماع . فعلى سبيل المثال يمكن أن يعمل الفرد كمستشار لمجلس السياحة ، كما يمكن أن يحضر مجلس السياحة .

– **حلقة** (Seminar) : يحضرها العديد من طلبة الجامعات . وهي عبارة عن جلسات دراسية مركّزة يشجع خلالها تبادل الأفكار حول موضوع معين . ومن الممكن أن تستمر الحلقة ساعة واحدة وقد تستمر لعدة أيام . ومن الممكن أن تقدم كجزئية من اجتماع كبير . ويوحي هذا التعبير بأن الناس يحضرون لكي يحصلوا على معلومات لا ليعطوا معلومات .

ومن الممكن أن تكون الحلقة مفتوحة للجمهور ، كأن يعلن في الصحف في عدة مدن عن حلقة للجمهور حول (كيفية الاستثمار في العقار) . فظاهرياً لا يكون هناك ما يجمع الحاضرين سوى رغبتهم في أن يتعلموا عن الاستثمار في العقار .

– **اللقاء (Forum)** : وهو يشبه الحلقة ، وأحد تعاريف اللقاء أنه برنامج عام يجمع بين جماعة من المناقشين ومشاركات الحاضرين . ويعني اللقاء عند البعض الاجتماع المفتوح غير الرسمي في مدينة ما حول أنظمة تحديد المناطق .

– **ندوة (Symposium)** : وفيها يقوم بعض المختصين بمناقشة موضوع معين ، وللندوة مدلول رسمي ، وهي تستخدم بشكل أساسي عند مناقشة موضوعات علمية ، وكمثال على ذلك ندوة حول مجابهة مرض نقص المناعة المكتسبة (الإيدز) . كما يستخدم هذا اللفظ كذلك للاجتماعات السياسية ، وعند عقد ندوة عن منع تدمير الغابات في أمريكا الوسطى تضم جماعات البيئة الدولية .

– **اجتماعات العزلة (Retreat)** : عادة ما يستخدم هذا النوع من الاجتماعات كأسلوب لإيجاد حل للمشكلات ، وفحص الأفكار ودراستها . وتقليدياً فإن حضور اجتماعات العزلة يكون محصوراً في أشخاص معدودين ، وربما جرى في هذا النوع من الاجتماعات جلسات توليد الأفكار (Brainstorming) ، وفيها يقوم شخص ما في دور الوسيط أو المسهل بقيادة المجموعة للبحث عن أفكار جديدة . وعلى سبيل المثال قد ينعقد مجلس إدارة الغرفة التجارية في اجتماع عزلة لتطوير سبل جذب صناعة جديدة إلى المنطقة في العام القادم .

– **ورشة العمل (Workshop)** : وهو عبارة عن برنامج تعليمي قصير تتناقش فيه مجموعة صغيرة حول مشكلات محددة . وقد تكون ورش العمل جلسات قصيرة تعقد خلال مؤتمر ، أو ربما كانت قائمة بذاتها . وربما يعني لفظ (ورشة عمل) اجتماعاً قصيراً يستمر ساعتين أو ثلاث ساعات . وباستطاعة الواحد منا حضور ورشة عمل في مجال المحافظة على الآثار التاريخية ، أو الحياكة ، أو تعلم برنامج (Word Perfect) لمعالجة الكلمات ، وهكذا العديد من أنواع ورش العمل .

– **التعليم العملي (Clinic)** : ونظراً لاستخدامات هذا المصطلح في المجال الطبي فإنه يرمز إلى تقديم العلاج أو للمساعدة في تشخيص بعض المشكلات . ولكن نطاق المشكلة – التي يمكن استخدام هذا الأسلوب فيها – هو نطاق واسع . وقد يحتوي التعليم العملي على مهارات استخدام الهاتف أو عمل الإستنسل (ورق لإنتاج العديد من الصور) .

– **المحاضرة (Lecture)** : وهي عبارة عن اجتماع بسيط يحاضر فيه متخصص حول موضوع محدد لمجموعة من الحضور . ومثال على ذلك محاضرة في جامعة حول الأحزاب السياسية في القرن التاسع عشر ، أو قيام نادي البستنة بتنظيم محاضرة عن نبات الإيكيبانا (Ikebana) .

المعارض التجارية :

تمثل المعارض التجارية أحد النشاطات التجارية الهامة في شمال أمريكا ، ويعقد كل عام أكثر من (٩٠٠٠) معرض . وتقام المعارض لعرض أجهزة ومنتجات أو لمجرد وصف خدمة ، ومن الممكن أن تكون مصدر دخل كبير للشركة الراعية للمعرض .

ويستخدم لفظ معرض (Exhibition) عادة لوصف عرض يعقد مرتبطاً باجتماع آخر ، كمؤتمر على سبيل المثال . بينما يستخدم لفظ معرض تجاري (Trade show) لوصف معرض يقام مستقلاً بذاته . وتستخدم لفظة معرض (Exposition) للدلالة عليهما معاً . وتستخدم هذه الألفاظ بالتبادل فيما بينها ، ولكننا لأغراض هذا الكتاب سنستخدم لفظ معرض (Exhibition) للدلالة على عرض يصاحبه حدث أو اجتماع ، بينما سنستخدم لفظ معرض (Trade show) للدلالة على المعارض التي تكون قائمة بذاتها .

ويتم في إقامة المعارض التجارية استخدام مفاهيم تخطيط الاجتماعات . ولكن هذه المفاهيم رغم ذلك لها مبادؤها المهنية ومتطلباتها الخاصة . وليس في استطاعة هذا الكتاب تغطية تفاصيل تخطيط وتنفيذ المعارض ؛ لأنه يحتاج إلى الكثير من المعرفة التقنية حول مواضيع مثل الهندسة والمفاوضات العمالية . وهناك شركات خدمات مختصة بالمعارض تقدم مثل تلك الخبرات ، وتقوم بالتعاقد بشأن المواصلات والأجهزة السمعية والبصرية والتخزين والتأمين والشحن والتركيب والفك وتصميم النماذج والصور الفوتوغرافية .

المعارض :

كل معرض يعقد على هامش اجتماع له جمهور يتألف من المشاركين في ذات الاجتماع . ونظراً لأن معظم الاجتماعات تجتذب أناساً لهم رغبات وميول أو أعمال متقاربة ، فإنه من الطبيعي أن يضم المعرض بائعين تجتذب منتجاتهم وأجهزتهم وخدماتهم المشاركين في الاجتماع .

وعامة ، فإن كل عارض يقوم باستئجار مساحة مخصصة له . وتتراوح المساحة من سطح طاولة طولها ستة أقدام إلى قسم كبير خاص يحوي تقنيات سمعية وبصرية متطورة معقدة . وتجد كثير من المنظمات أن إقامة المعارض خلال الاجتماعات يساعدها على مواجهة تكاليف الاجتماع . فإذا كان الحال كذلك فسيصبح المعرض أحد الاعتبارات المهمة في التخطيط للاجتماع .

وقد يكون المعرض صغيراً لا يتعدى سطح طاولة يعرض عليها بعض المنتجات على هامش حفل غداء أو حفل شاي في اجتماع كبير ، وعلى سبيل المثال ، فإن معرضاً صغيراً خلال حفل غداء لرجال الإطفاء ربما شمل عرض صور حول طرق الإنقاذ مصحوباً بعرض جهاز تنفس صناعي . وتتم إقامة المعارض الكبيرة في صالات المعارض أو في غرف المناسبات التي يعقد فيها الاجتماع . وإذا كان المؤتمر موزعاً في عدة مبانٍ ، فربما تم استئجار مركز أو صالة نشاطات المدينة للمعرض . وفي حالة استخدام قاعة خارجية فإنه من المعتاد أن تعقد بعض جلسات الاجتماع مصحوبة بتقديم بعض الوجبات هناك لجذب المشاركين للمعرض وإعطاء البائع بروزاً أكبر .

وقد يستمر المعرض طوال فترة الاجتماع ، وربما تم تقصير ساعاته . ويجب على مخططي الاجتماعات أن يقرروا كيفية جدولة المعرض . ويجب عليهم الموازنة بين إعطاء المشاركين الفرصة لمشاهدة المعرض وفي نفس الوقت ضمان عدم فواتهم بعض الجلسات العامة . وبالطبع فإنه إذا كان إيجار مساحة العرض مرتفعاً ، فإن العارضين يتوقعون أن يتم تخصيص وقت أكبر للمشاركين لمشاهدة المعرض .

المعارض التجارية :

هناك أنواع مختلفة من المعارض التجارية ، ومن أمثلة ذلك معارض صناعة السفر . وفيها يقوم العاملون في مجال توفير احتياجات السفر المختلفة ، مثل : شركات الطيران، ومنظومة الفنادق ، ومكاتب السفريات ، ومنظمي الجولات السياحية بعرض منتجاتهم وخدماتهم . كما تشمل المعارض التجارية عرضاً للمستلزمات الرياضية ، ومنتجات الأدوات المنزلية والتحف . وتعقد المعارض التجارية عادة في مركز نشاطات المدينة الذي يكون مفتوحاً للجمهور .

وبعض المعارض التجارية الأخرى تحدد من يحضرها . فعلى سبيل المثال قد تقصر أسواق الأثاث حضور العرض على تجار الأثاث ومصممي الديكور الداخلي عند عرضها لنماذج صناعة الأثاث، وكذلك الحال بالنسبة لمصممي الملابس ومصنعيها الذين ربما قصروا حضور العرض على مسئولي المشتريات في محلات بيع الملابس ، وربما قصر المعرض التجاري حضوره على بعض النوعيات من الناس ، ثم بعد ذلك يقوم بفتح باب الحضور للجميع . وربما اقتصرت مدة المعارض التجارية على يوم واحد وربما استمرت أسبوعاً . وعادة ما تكون المعارض خلال أيام الأسبوع في أوقات العمل العادية . أما المعارض التي تكون مفتوحة للجمهور فتعمل عادة حتى الساعة ٩ أو ١٠ مساءً ، وترافقها حملة إعلانات كبيرة ، وربما نُظِّم افتتاح كبير أو مؤتمر صحفي أو حفل استقبال للشخصيات المهمة . وفي أحيان كثيرة يتم استدعاء شخصيات فنية مشهورة لاجتذاب حضور أكبر . كما يتم استخدام وسائل دعائية لاجتذاب الحضور مثل توزيع هدايا كالبالونات ، أو تقديم عروض فنية في أرض المعرض باستخدام المهرجين .

ومن الواضح أن إقامة المعارض التجارية نشاط يحقق أرباحاً . ولأن العارضين يدفعون مقابل عرض منتجاتهم فهم يتوقعون إعلاماً ممتازاً عن المعرض وإدارة ممتازة له . وتتطلب إدارة المعارض أشخاصاً لهم القدرة على الاهتمام بالتفاصيل والتنظيم ، وكذلك التصميم والهندسة ومهارات التفاوض .

العروض التجارية المصغرة :

وتسمى هذه أحياناً بمعارض الغرف أو الأسواق الصغيرة ، وفيها يقوم بائعون لمنتجات متشابهة باستئجار غرف في فندق حيث يعرضون منتجاتهم ، وقد تكون الدعوة لحضورها عامة ، أو مقصورة على أناس محددين . وبالطبع فهناك حد لما يمكن عرضه في معارض الغرف هذه ، ومن الأمثلة على البضائع التي تعرض : السجاد المستورد ، والأزياء ، والفراء ، والأعمال الفنية .

نشاطات الفصل :

اطلب من أحد الملاك أو العاملين في أماكن إقامة الاجتماعات (الفنادق ، صالات العرض ، مراكز المؤتمرات) أن يدعك تبحث في أسماء الاجتماعات التي استضافوها .

اسأل مكتب المؤتمرات والزوار عن قائمة الاجتماعات المقبلة . ومن هذه المعلومات أجب عن الأسئلة التالية :

١ – ما هي أكثر الأسماء شيوعاً "للاجتماعات" ؟

٢ – اكتب أرقام الأشخاص المتوقع حضورهم لكل اجتماع [مثال : الاتحاد التعاوني لممثلي المبيعات الأمريكيين (٦٥) ، مؤتمر منتجي اللحوم لشرق ووسط أمريكا (٥٠٠)] .

٣ – هل هناك ارتباط بين اسم الاجتماع وعدد المشاركين فيه ؟



الفصل الرابع

تخطيط برنامج الاجتماع

عند إنهائك هذا الفصل ستكون قادراً على :

١ - تعريف مكونات برنامج الاجتماع وشرح كيف يمكنها تحقيق الأهداف العامة للاجتماع .

٢ - تخطيط سرعة وسير الاجتماع .

٣ - عمل التحضيرات اللازمة للمتحدثين .

٤ - إعداد برنامج للاجتماع .

فى هذه المرحلة من عملية تخطيط الاجتماع لديك المعلومات التالية :

١ – المنظمة التى سترعى الاجتماع .

٢ – الهدف من عقد الاجتماع .

٣– نوع الاجتماع الذى سيعقد .

٤ – عدد المشاركين المتوقع حضورهم الاجتماع .

يجب إعادة النظر وتحليل وشرح أهداف الاجتماع وأغراضه . ويجب عليك الآن إعداد برنامج مبدئى للاجتماع . وهذا البرنامج المبدئى يوضح : الوقت التقريبى لفترات الاجتماع ، تخطيط خدمات الأكل والشرب ، ثم النشاطات فى وقت الفراغ ، والحاجات فى مجال الترفيه . كما يمكنك كذلك تحديد حجم وعدد قاعات الاجتماع اللازمة . إن كل جزئية من البرنامج لها تكلفة يمكن تقديرها بواسطة البرنامج المبدئى : وذلك حتى يتسنى تحديد ميزانية للاجتماع .

كما يجب أن يحوى البرنامج المبدئى – الذى قمت بإعداده – أفضل تقديراتك حول مكونات البرنامج التى ستساعد فى تحقيق أهداف الاجتماع ، مثل : تقديم منتج جديد ، ودعوة المدير العام لإلقاء كلمة الافتتاح ، ومراجعة الميزانية ، وتجهيز حملة إعلانات العام القادم ، وعقد دورة تدريبية عن أساليب البيع الناجحة . كل ذلك يدخل ضمن مكونات البرنامج التى تساعد على تحقيق أهداف الاجتماع الدقيقة .

والشكل التالى يوضح كيف يمكنك أن تربط أهداف الاجتماع وطرقه بعملية وضع البرنامج المبدئى . وعليك بتقدير الوقت الذى يتطلبه كل نشاط . فعلى سبيل المثال ، قد يتطلب حفل استقبالٍ ساعةً واحدة ، بينما يتطلب حفل عشاءٍ تكريمى ثلاث ساعات .

وليس من أهداف البرنامج المبدئى فى هذا الوقت أن يحدد بشكل دقيق عناوين الكلمات أو المحاضرات ولا أسماء المتحدثين . لكن الهدف هنا هو التعرف على الاحتياجات العامة للبرنامج ، وتخصيص الفترات الزمنية لذلك ، وإيضاح طرق التقديم .

الهدف	الطريقة	الوقت المقدر
إثارة حماس العاملين في التسويق .	اطلع على إعلانات جديدة .	ساعة واحدة .
مكافأة الأشخاص ذوي الأداء المرتفع .	حفل عشاء .	ساعتان .
التدريب على المبيعات .	- ضيف محاضر . - فريق من المتحدثين .	ساعة ونصف الساعة .
بناء الفريق .	- درس في التحدي . - رحلة طبخ في الخارج .	نصف يوم .

حجم الاجتماع :

إن عدد الأشخاص المتوقع حضورهم الاجتماع هو المفتاح الرئيسي في عملية اتخاذ القرار حول نوع الاجتماع الذي سيعقد والتسمية المناسبة له . وبالتأكيد فإن اجتماع ستة فقط من ممثلي المبيعات في المنطقة لا يمكن تسميته مؤتمراً . وفي حالات نادرة لا يتم عمل معرض لعشرة أشخاص .

وكما أوضحنا في الفصل الثاني ، فإن النطاق الجغرافي للمجموعة يعطي بعض المؤشرات عن عدد المشاركين المحتملين . فمثلاً من المحتمل أن يكون اجتماع على مستوى الولاية أصغر من اجتماع على المستوى القومي . ومع هذا فإن تاريخ الاجتماع هو أفضل دليل على عدد الحضور الذين يتوقع مشاركتهم . فبعض المنظمات ربما تتوقع أن يحضر (٩٥٪) من أعضائها الاجتماع ، بينما ربما يتوقع البعض الآخر حضور (١٪) من كامل أعضائها . وتوفر مقارنة أرقام الحضور في اجتماعات مماثلة معلومات مفيدة .

يتحدد الإقبال على البرنامج بطبيعة الموضوعات المطروحة ، ونوعية المتحدثين . فاجتماع يحوي مواضيع حيوية ومتحدثين ونشاطات مشوقة يجتذب أعداداً كبيرة . كما يؤثر مكان الاجتماع كذلك على الحضور . فقرب مكان الاجتماع وسهولة الوصول إليه من عدد كبير من الأعضاء يزيد عدد المشاركين . فمثلاً تقدم المدن السياحية كمدينة نيو أورلينز إغراءات كثيرة للمشاركين ، مما سيجتذب أناساً أكثر لاجتماع فيها أكثر مما لو عقد الاجتماع في بلدة صغيرة في الوسط الغربي . وأيضاً سهولة الوصول إلى

مكان الاجتماع (مثل وجود رحلات دون توقف بين مطارات المدن مقارنة برحلات فيها توقف وتأخير) هي عامل آخر من العوامل التي تحدد درجة الإقبال على الاجتماع . وستتم معالجة اختيار مكان الاجتماع في الفصل الخامس .

وتقوم الحكومات والشركات - خلال أوقات الركود الاقتصادي - بتخفيض ميزانية السفر بشكل كبير ، وفي هذه الحالة ستُظهر إحصائيات المشاركين هبوطاً ملحوظاً . فإذا قامت منظمة مماثلة بالإعلان عن اجتماع ينافس على نفس المشاركين فإن أرقام الحضور ستكون أقل مما هو متوقع .

وبأخذ كل هذه الاعتبارات في الحسبان ، فإنه يجب على مخطط الاجتماع وإدارة المنظمة وضع تقدير تقريبي لعدد المشاركين المتوقع حضورهم هذا الاجتماع . وستعتمد كل قرارات التدريب في تخطيطها على تقدير عدد المشاركين .

طول الاجتماع :

كم من الوقت يلزم لتحقيق أهداف الاجتماع ؟ يبلغ متوسط طول الاجتماع من (٢ - ٤) أيام . بالطبع قد تستغرق بعض أنواع الاجتماعات وخصوصاً التدريبية وقتاً أطول (ربما عدة أسابيع) ، بينما تستغرق أنواع أخرى من الاجتماعات مدة أقصر (ربما كانت ساعتين فقط) .

ويجب أن يشمل جدول الاجتماع فترات المداولات ، والاستراحات ، وأحياناً الوجبات . تستمر فترات الاجتماع الواحدة (٥٠) دقيقة تقريباً ، وبعد فترتين بهذا الطول يجب إعطاء المشاركين استراحة يتمكنون خلالها من تليين عضلاتهم ، وإجراء مكالمة سريعة ، أو يتناولون بعض المرطبات . وتختلف فترات الاستراحة من عشر دقائق (كوقت لتناول فنجان من القهوة) إلى حفل استقبال فخم تقدم فيه مشروبات فاخرة . ويجب منح فترة ساعة واحدة على الأقل لأبسط وأقل الوجبات ، كما يجب تخصيص وقت لتنظيم أو إعادة تنظيم غرفة الاجتماعات ، وإعداد الطاولات . ويلزم أيضاً تخصيص بعض الوقت لمشاهدة المعارض ، بالإضافة إلى وقت للفراغ والتسلية خلال كل اجتماع ، يشمل رحلة نزهة ليلية ، أو يتم إدراج حفلة جماعية (في مسرح ونحوه) ضمن وقت الفراغ .

جلسة الافتتاح :

إن بُعد مكان الاجتماع عن أغلبية المشاركين ، وتوفر وسائل المواصلات تؤثر على وقت الجلسة الافتتاحية للاجتماع . وتقوم بعض شركات الطيران بعمل تخفيضات على الرحلات من يوم الثلاثاء إلى يوم الخميس . ومعظمها تمنح سعراً خاصاً للتذاكر عند البقاء في جهة ما لما بعد ليلة السبت . (معظم المشاركين لا يرغبون في اجتماع يعقد نهاية الأسبوع) . إن ابتداء الجلسة الافتتاحية الساعة التاسعة يُبنى على افتراض أن جميع المشاركين يقطنون في مكان عقد الاجتماع ، وأنهم تمكنوا من الحضور على رحلات مبكرة ، أو أنهم وصلوا قبل يوم أو ليلة من موعد الاجتماع .

إذا كان مكان الاجتماع قد تم تحديده ، فإن نظرة إلى المعلومات المتوفرة عن المشاركين ستوضح من الوقت يلزمهم في السفر ليصلوا إلى مكان الاجتماع . ربما كان النشاط الأول في الاجتماع حفل استقبال يقام في الليلة التي تسبق الجلسة الافتتاحية . وهذا يعطي من حضروا فرصة الالتقاء مع بعضهم . ولكن لا تنس أن ذلك يكلف مصاريف إقامة لليلة إضافية . وافتتاح الاجتماع ظهراً مع تقديم وجبة غداء الساعة الثانية هو بديل آخر .

تحديد وقت جلسات الاجتماع :

إن تجاوز أحد المتحدثين الوقت المخصص له بعشرين دقيقة من الممكن أن يسبب اضطراباً في سير الاجتماع . فالغداء قد يبرد ، والمتحدث الذي يليه سيتضايق ، لذلك يجب تعيين رئيس أو منسق لكل جلسة . وتكون مهام هذا الشخص هي : تقديم المتحدث ، والإشراف على الأجهزة السمعية البصرية ، وتوزيع مواد البرنامج ، وإشعار المتحدث عند نهاية الوقت المخصص له . ويقوم بعض المنسقين باستخدام جرس أو ضوء على منصة الخطابة لإشعار المتحدث بأن وقته قارب الانتهاء ، وسيتم في الفصل العاشر مناقشة إدارة الجلسات .

بعد ست ساعات من الجلوس والاستماع ، تتضاءل استفادة من يحضرون الاجتماعات من المادة المقدمة . ولكن ليس من المستغرب التفكير في تقديم ما يعادل ثماني ساعات من المواد في اجتماع واحد . وقد يمتد اجتماع اليوم الواحد مع الوجبات والاستراحات بسهولة لتصبح مدته يومين .

تذكر أن الاجتماع استثمار للوقت والمال . والمشاركون والراعون للاجتماع يريدون أن يلمسوا أنه مفيد ، فإذا كانت ست ساعات هي ما يكفي لتحقيق أهداف الاجتماع ، فإن اجتماعاً لمدة ثلاثة أيام سيقلل من الشعور بالإنجاز . من جهة أخرى فإن الاجتماع القصير جداً سيعطي للمشاركين انطباعاً بعدم الشعور بكثير من التغير لقصر المدة .

تذكر أن أكبر تكلفة للمشاركين في الاجتماع هي الوقت الذي كانوا فيه بعيدين عن أعمالهم . فعلى سبيل المثال ، في حالة غياب المدرسين عن مواقعهم ، فإنه يجب جلب مدرسين احتياطيين . والأطباء والمحامون وأطباء الأسنان يفقدون دخلاً عندما يتغيبون عن مكاتبهم . وإذا كان معدل مبيعات مندوب مبيعات صفقتين يومياً ، فإن حضوره لاجتماع لمدة يومين يعني أن الشركة ستفقد أربع فرص ربما كانت تساوي آلاف الدولارات .

تنظيم سير الاجتماع :

تساعد المعلومات المتوفرة عن المشاركين مخططي الاجتماع في تحديد معدل سير الاجتماع . حتى في القرارات البسيطة مثل تحديد طول استراحات القهوة ، فإن مخطط الاجتماع يحتاج إلى أن يضع في ذهنه نوعية المشاركين في الاجتماع .

راجع النبذة المتوفرة عن المشارك التقليدي في هذه الاجتماعات للخروج بتصور عن سرعة سير الاجتماع . فالشباب تكون فترة انتباههم قصيرة ، ولهذا ربما جعل المخطط المحاضرات قصيرة والمادة محددة . والأشخاص الأكبر سناً ربما احتاجوا إلى المزيد من الحركة ، وفي هذه الحالة ربما احتاج المخطط إلى وضع فترات استراحة متعددة ، أو أن تجدول الجلسات في قاعات مختلفة حتى لا يستقر المشاركون على كرسي واحد طوال اليوم .

من بين المعلومات عن المشارك التي لها أيضاً علاقة بسير الاجتماع ، المسافة التي قطعها المشاركون لحضور الاجتماع ، وما إذا كان المشارك قد أحضر زوجته أو بعض المرافقين . في بعض الاجتماعات يجب تخصيص وقت للمديرين وممثلي المبيعات للاتصال بمكاتبهم . وإذا كانت الحالة كذلك فيجب أن يأخذ جدول الاجتماع في الاعتبار فوارق التوقيت المحلي . فعلى سبيل المثال ، فإن شخصاً من (كاليفورنيا)

يحضر اجتماعاً في (نيويورك) لا يحتاج إلى ساعة للاستراحة في العاشرة صباحاً ؛ وذلك لأن الوقت في الساحل الغربي هو السابعة صباحاً ، ومن غير المحتمل أن يكون زملاؤه في العمل متواجدين في مكاتبهم .

كذلك يجب مراعاة درجة صعوبة المادة وتعقيدها عند تنظيم سير الاجتماع . فإذا كانت المادة المقدمة تتطلب الكثير من الجهد والمتابعة من المشاركين ، فإن الحاجة تدعو إلى إضافة الكثير من الاستراحات وفترات الأسئلة والأجوبة . ويجب على مخطط الاجتماع مراجعة مواد البرنامج للخروج بدلائل تساعده في تحديد سير الاجتماع .

وثمة عامل آخر يؤخذ في الاعتبار عند تحديد سير الاجتماع هو التكلفة . فيجب على مخطط الاجتماع أن يأخذ في الاعتبار مرة أخرى التكلفة غير الظاهرة – وهي الوقت بعيداً عن العمل – وهي عالية الكلفة لكثير من المهن . وبعض المجموعات يكون هدفها من الاجتماع هو الاستغراق في التدريب وتبادل المعلومات بأقل كلفة من الوقت والمال ، وربما رغبوا في بدء اجتماعاتهم في الصباح الباكر ، وأن يستمروا في جلسات عمل بعد العشاء . ومن ناحية أخرى فإن معظم اجتماعات مجموعات الهوايات تضم مشاركين يدفعون بأنفسهم التكاليف ؛ لأنهم يرغبون في تطوير هواياتهم . وربما استمتعوا بمعدل سير أبطأ تتخلله نشاطات فراغ متعددة . فيجب على مخطط الاجتماع أن يكون حساساً للتكلفة في الوقت والمال التي سيتحملها هؤلاء المشاركون لكي يحضروا الاجتماع .

مكونات البرنامج :

تتضمن معظم الاجتماعات نشاطات رئيسية أربعة هي : جلسات الاجتماع ، وخدمات الأكل والشرب ، والمعارض التجارية ، ونشاطات وقت الفراغ . وربما حوى اجتماع مختصر مدته ساعتان أو ثلاث ساعات جلسة أو جلستين مع فترة استراحة لتناول القهوة . ولكل جزئية من مكونات البرنامج تكلفة . فمثلاً لقاعات النشاطات عادة تكلفة . وسيقوم معظم الملاك بعدم احتساب أو تخفيض هذه التكاليف إذا دفع القائمون على الاجتماع قيمة استئجار عدد مناسب من الغرف . فإذا حضر (٢٠٠) شخص اجتماعاً مدته أربعة أيام ودفعوا إيجار الغرف لألف ليلة ، فإن الفندق ربما

أعفاهم من دفع تكاليف قاعات الاجتماعات . وإذا تم شراء الوجبات للاجتماع ، فربما لم تحتسب تكلفة استئجار القاعات . وبالتأكيد فإن الأكل والمشروبات يكلف مالاً . وهناك تكلفة للأجهزة السمعية والبصرية ، كما أن المتحدثين المهنيين ومقدمي نشاطات الترفيه يجب أن يُدفع لهم . وعند تخطيط البرنامج يجب تقدير جميع هذه التكاليف ، وعمل ميزانية ، وربما تحديد رسوم التسجيل بناءً على هذه التكاليف .

جلسات الاجتماع :

يبدأ اللقاء الأول بجلسة شاملة تضم كل الأعضاء ، حيث يلتقي الجميع ، ثم يتوزع المشاركون إلى مجموعات صغيرة . والبرنامج المثالي للاجتماع يوفر هذين النوعين من الجلسات . ويصل الاهتمام قمته حين يكون هناك خيارات مختلفة . ومن وجهة نظر جسمية (فسيولوجية) ونفسية ، فإن الجلسة العمومية ، إذا امتدت لست ساعات واحتوت على متحدثين يقومون فقط بالمحاضرة ، فإنها تنتهي بالتقييم الذي يخشاه مخطط الاجتماع كثيراً وهو "مملة" .

- الجلسات العامة :

يمكن معالجة بعض نشاطات الاجتماعات في الجلسات العامة . وتشمل الجلسات العامة جلسة الافتتاح التي تسمى "الترحيب" ، وتمثل محتويات جلسة الافتتاح أحد أهم الأمور التي تواجه مخططي الاجتماع . وإذا كان الحاضرون مجتمعين لمعالجة مواضيع حساسة للمنظمة ، فإن ترحيباً مخلصاً يتبعه ملخص للمهمة الملقاة في الاجتماع يتولى تقديمه شخص ذو منصب قيادي كبير سيكون أكثر فعالية . لكن اجتماعات أخرى ستكون بداياتها جيدة إذا قام متحدث محترف لديه وجهة نظر شيقة حول موضوع يحظى باهتمام واسع بالتحدث للمجموعة . وفي كل الأحوال فإن الجلسة الافتتاحية ستحدد نمط الاجتماع مهما كان ، سواء أكان ورشة عمل ليوم واحد ، أو مؤتمراً مدته ثلاثة أيام . ولهذا فإن محتوى جلسة الافتتاح يجب أن يكون مرتبطاً بموضوع البرنامج .

وعادة ما تكون الجلسة الختامية على هيئة حفل عشاء تتصدره بعض الكلمات ، ويختتم بمنح الجوائز ، وهي هامة لأنها تعطي الانطباع النهائي عن الاجتماع .

وعادة تتطلب مناقشة بعض المسائل التنظيمية حضور جميع المشاركين جلسة عامة لانتخاب مسئولين أو للتصويت على بعض الأنظمة . وهنا ربما قام سكرتير المنظمة بقراءة محضر الاجتماع السابق ، وربما قدم أمين الصندوق تقريراً . وأحياناً يتطلب التصويت على هذه الموضوعات توفر النصاب القانوني .

فى العادة يقوم متحدث رئيسى بالتحدث فى الجلسة العامة . وربما كانت هناك أسباب أخرى لطلب جميع المشاركين عقد الجلسة العامة ، مثل تقديم منتج جديد ، أو انتخاب قائد جديد للمنظمة .

- الجلسات الفرعية :

تعقد الجلسات الفرعية لأغراض تعليمية ، أو تدريبية ، أو لتبادل المعلومات . وتكون أكثر مناسبة من الجلسات العامة . وتستطيع المجموعة الصغيرة استيعاب المعلومات بسهولة ، كما تعطى القاعات الصغيرة ميزة بصرية . على سبيل المثال فإنه باستطاعة المشاركين - بعد جلسة افتتاح جرى فيها مناقشة موضوع عام - الاختيار بين ثلاث جلسات فرعية حول موضوعات مرتبطة بالموضوع العام . وبالإمكان تكرار الاجتماعات الفرعية عدة مرات خلال مدة المؤتمر حتى يتاح لكل المشاركين الفرصة لحضورها .

ويمكن تسمية الجلسات الفرعية بـ "ورش العمل" أو "المائدة المستديرة" . إن عقد ورشة عمل يعطى انطباعاً بأنه سيتم تعليم وتطبيق مهارة . وتقام جلسات المائدة المستديرة لمجموعات صغيرة مهمتها تبادل الأفكار حول موضوع معين . ولكن في كثير من جداول برامج الاجتماع يتم ببساطة تسمية الجلسات الفرعية بـ "الجلسة الأولى" أو "الجلسة الثانية" وما شابه ذلك ، أو ربما سميت حسب الموضوع الذى تعالجه مثل "جلسة الميزانية" .

اختيار المتحدثين :

يجب تقرير ما إذا كان سيدفع لمتحدث . فبعض الناس يتعيشون من إلقاء المحاضرات ويطلبون رسماً محدداً سلفاً . في حين أن بعض المتحدثين يتشرفون بأن يتحدثوا إلى المجموعة مجاناً . وعادة ما يغطي المسؤولون عن الاجتماع مصاريف المتحدث كالسفر والإقامة ، وكثيراً ما تُقدم له هدية أو منحة .

وعندما تحاول أن تجلب متحدثاً مناسباً دون تكلفة كن مبدعاً . إن الزبائن الراضين عن الشركة أو الأشخاص الذين استفادوا من عضوية الجمعية يمكن أن يكونوا متحدثين ناجحين ؛ لأنهم يعطون شهادات قيِّمة في حق الشركة أو الجمعية . كما أن الأعضاء الذين لهم هوايات تتماشى مع مجال عمل الشركة أو الجمعية يمكن أن يقدموا كلمات مشوقة . ويمكن العثور على بعض المواهب الناشئة بين المجموعات التي تعقد اجتماعات ، ويمكن أن يصبح أصحاب المواهب مصدراً جيداً للتعليم والترفيه . ويَسعد مكتب المؤتمرات والزوار بتوفير متحدث يرحب بالمجموعة في المدينة أو المنطقة .

ربما كانت خبرات موظف خدمة مدنية مصدراً لمعلومات قيمة لأعضاء الجمعية . ولا تطلب المؤسسات الحكومية رسوماً مقابل تقديم متحدثين ، خاصة إذا كانت المؤسسة الحكومية المعنية تنتفع أو تسيطر أو تؤثر على بعض جوانب نشاطات المنظمة . فعلى سبيل المثال فإن إدارة الضرائب ربما قامت بتوفير متحدث حول بعض التعديلات الجديدة على أنظمة الضرائب لاجتماع محاسبين عامين مجازين . وربما قدم أحد موظفي إدارة المتنزهات معلومات قيمة لاجتماع للمهتمين بالطبيعة .

ويطلب من المتحدث المحترف أو الشخصية المرجعية تقديم الكلمة الرئيسية أو غيرها من الكلمات . ومن الممكن أن يكون هؤلاء ممثلين لجهات سياسية بارزة ، أو مؤلفين مشهورين ، أو متخصصين في الدعاية والإعلان . ويطلب المتحدثون المشهورون أحياناً أكثر من (٢٥,٠٠٠) دولار للظهور مرة واحدة . ويسعد مكاتب المتحدثين ومديرو أصحاب المواهب كثيراً أن يقدموا اقتراحات حول المتحدثين المحترفين المناسبين لاجتماع ما .

ويحتاج المتحدثون المحترفون مصاريف تشمل مصاريف المواصلات والإقامة والأكل والمصاريف النثرية . ويمكن في بعض الأحيان توفير المال عن طريق توزيع التكلفة على مشاركات المتحدث الأخرى . ويمكن تقاسم مصاريف السفريات بين جمهورين مختلفين . ويجب أن تكون العقود مع المتحدثين المحترفين مفصلة . فيلزم أن توضح : الوقت ، والمكان ، والرسوم ، والمصاريف المدفوعة ، والاحتياجات من الأجهزة السمعية والبصرية ، ومتطلبات تجارب العرض ، والاحتياطات الأمنية ، وشروط الإلغاء . وعادة

ما يكون من المناسب تكليف محام ذى خبرة بإعداد أو مراجعة هذه العقود قبل توقيعها . وتوجد بدائل عديدة بين المتحدث الذى يتبرع بوقته والمتحدث الذى يطلب مبلغاً مكوناً من خمسة أرقام . وهناك كثير من الأشخاص ذوى الخبرة فى مجال محدد يمتهنون صناعة الحديث ويقومون بتقديم الحلقات كمصدر دخل رئيسى لهم ، وتتراوح رسومهم من (١٠٠-١٠٠٠) دولار للساعة الواحدة . ويقدم هؤلاء الأشخاص نبذة شخصية عنهم وأسماء بعض الأشخاص الذين من الممكن سؤالهم عنهم (وهذا ما يجب التأكد منه) . والوضع المثالى هنا أن يشاهد مخطط الاجتماع شريط فيديو للمتحدث قبل توقيع عقد للانتفاع بخدماته .

طرق التقديم :

يمكن تقديم الجلسات العامة والفرعية بطرق عديدة . وبعض طرق التقديم تكون أكثر جذباً ونشاطاً من غيرها ، وهذا يعنى أنها تتطلب من المشاركين أكثر من مجرد الجلوس والاستماع . والوضع المثالى فى برنامج ما هو المزج بين مختلف طرق التقديم .

- **الكلمات :** تتضمن الكثير من الجلسات العامة حديثاً يقدمه متحدث رئيسى . كما تشمل اجتماعات أخرى شخصاً واحداً يتحدث للمجموعة طيلة الوقت . فى هذه الحالات ينحصر دور الحضور فقط فى تلقى المعلومات . وتذكر أن الجلوس والاستماع هى نشاطات غير تفاعلية . وإذا لم يتم إشراك الحاضرين فى فترات أسئلة وأجوبة أو تكليفهم بالدخول فى مشاريع مع جيرانهم فإنهم سيكونون فقط فى وضع الاستجابة لما يرون ويسمعون .

ويجب أن يبين البرنامج المبدئى الجلسات التى ستحوى كلمات . بيد أنه ليس من الضرورى إيراد أسماء من سيلقى الكلمات فى هذا الوقت إلا إذا كان قد تم بالفعل تأكيد حضور المتحدثين ، أو فى حالة كون المحاضرة هى وحدة البرنامج الرئيسية التى تعتمد عليها بقية عناصر البرنامج .

ومن الممكن أن يتم اختيار المحاضرين من قبل لجنة منظمة ، أو من قبل قيادة المنظمة ، أو منسق الجلسة ، أو من قبل مخطط الاجتماع . إن اختيار المتحدثين هو أحد أكثر القرارات الخاصة بتخطيط الاجتماعات حساسية : إذ المكن أن يتوقف عليه نجاح أو فشل الاجتماع . وفى الاجتماعات الكبيرة للشركات والمنظمات يتولى الرئيس

والمدير التنفيذى الإشراف على الاجتماع ، وعادة ما يكون هو الشخص الذى يفتح الاجتماع ويختتمه . أما فى الاجتماعات الصغرى مثل : ورش العمل ، والحلقات ، والخلوات فإنه من الممكن أن يطلب من شخص يمثل راعى الاجتماع أو من الشخص الذى سيقوم بتدريب المشاركين تقديم كلمات الافتتاح والختام .

وعادة ما يقوم مقدم الكلمة الافتتاحية (Keynote Speaker) بتقديم الكلمة الختامية وذلك بإعلان الأخبار ومراجعة الاجتماع وإعادة عرض الأفكار الرئيسية التى نوقشت . وربما كانت الكلمة الرئيسية حماسية تحث المشاركين ليزيدوا مبيعاتهم من البضاعة أو ليضعوا منتجًا أفضل ، أو لكى يجمعوا مبلغًا أكبر من المال . ويجب أن يكون المتحدث الرئيسى نشطًا (ديناميكياً) .

ومن الممكن تصوير المتحدث بالفيديو ثم يتم عرض الفيلم على الحاضرين ، وهذا أسلوب غير فعال ، وهناك أسلوب أكثر فعالية منه هو البث التصويرى الحى للمتحدث .

ويجب أن ترسل للمتحدثين نماذج بيانات عديدة ومنها نموذج باحتياجاتهم من الوسائل السمعية والبصرية ، والشكل رقم (٤-١) يعطى مثالاً على هذا النموذج . ويقدم الفصل التاسع نموذج عقد أجهزة سمعية وبصرية . كما يحوى الفصل العاشر معلومات عن تكاليف المتحدثين ، والأجهزة السمعية والبصرية ومواصفاتها . ومن ذلك نموذج تسجيل أو تصريح بنشر وقائع الاجتماع إذا كان ذلك جزءاً من الاجتماع . ثم يتم إرسال نموذج تأكيد الاحتياجات من المواصلات والإقامة للمتحدث . ويشمل الفصل الثانى عشر عينة لهذا النموذج . ويساعد نموذج التأشير الخاص بالمتحدث (ص ٨٠) على معرفة احتياجات المتحدث .

– **الأحداث الخاصة والتقديم السمعبصرى** : تأخذ بعض جلسات الاجتماع الهالة التى تحيط عروض التلفزيون الرئيسية . والهدف من ذلك إلهاب مشاعر المشاركين حول منتج أو شخص أو فكرة ، وبالتأكيد فإن العروض نفسها تكون مثيرة . فالراقصون والمطربون والممثلون يمكن أن يشكلوا جزءاً من العرض . وهناك شركات تتخصص فى إقامة عروض خاصة للاجتماعات . ومن الممكن التنسيق مع صاحب موهبة أو موظف حجوزات لإدخال هذا النوع من الترفيه . وغنى عن القول أن هذه العروض عالية

الكلفة ، فالموسيقى والنصوص قد تحتاج إلى كتابة ، والممثلون والممثلات لا بد من استئجارهم ، والملابس وأدوات التمثيل لا بد من تصنيعها .

وتستخدم العروض السمعبصرية أكثر من العروض الخاصة. فقبل (٢٥) عاماً كان استخدام جهاز عرض بواجهتين يعد عملاً مبتكراً . واليوم ومع أجهزة الفيديو والشاشات ذات الإضاءة الخلفية (Back-lit screens) والكم الهائل من التقنيات الإلكترونية فإن الإنتاج في المجال السمعبصرى أصبح أكثر تطوراً . ومرة أخرى ، فإن هناك العديد من الشركات المتخصصة فى التقديم السمعبصرى ، التى يزيد التعاقد معها فى تكاليف الاجتماع .

الشكل (٤-١) : نموذج تحديد الاحتياجات من الأجهزة السمعبصرية

المتحدث :

منصبه :

الانتماء :

العنوان :

المدينة/المنطقة/الرمز البريدى :

هاتف العمل ( ) - فاكس ( ) - هاتف المنزل ( )

الرجاء التأكيد على الجهاز التى تحتاجه لمحاضرتك ، وأوضح أية احتياجات أخرى :

( ) منصة خطابة على شكل طاولة . ( ) منصة خطابة وقوفاً .

( ) حامل أوراق كثيرة/ لوحة كتابة/ أقلام . ( ) سبورة طباشير/ أقلام تحديد .

( ) فيديوتيب عرض . ( ) شريط لاصق مقاس .

( ) جهاز (عرض شرائح) ٣٥ملم . ( ) جهاز عرض علوى (أوفرهيد بروجكتور)

( ) جهاز عرض سينمائى . ( ) فيلم مقاس .

( ) أخرى .

( ) ملاحظات .

– **المناظرة (Panels)** : ويمكن استخدام هذه الطريقة فى الجلسات الفرعية أو فى الجلسة العامة . وفيها يقوم ثلاثة أو أربعة أشخاص يمثلون وجهات نظر مختلفة بمناقشة موضوع يحظى باهتمام مشترك . ويمكن عقد حوار بين مجموعتين من المتحدثين الذين يمثلون وجهات نظر متعارضة . ويمكن أن تكون المناظرة فعالةً فى الاجتماعات حين تقدم فيها مجموعات تعاونت فى العمل فى مشروع معين ما خرجت به من نتائج .

ويشجع أسلوب المناظرة الحضور على المشاركة . وتعتمد فعالية المناظرة على أعضاء المجموعة . فإذا كان أحد أعضاء المجموعة متحدثاً غير جيد ، ففى الغالب سيتم تجاهله إذا كان الأعضاء الآخرون أحسن تقديماً . والشكل العام لتقديم مجموعة من المتحدثين المتناظرين هو أن يقدم كل عضو موضوعاً ثم يتلقى أسئلة حوله . ويجب تعيين وسيط لضمان منح المتحدثين الفرصة للتقديم وأن يكون تفاعلهم مع الحضور سلساً .

– **تبادل الآراء فى مجموعات صغيرة** : وهى طريقة ناجحة من الطرق الفعالة لإدارة مثل هذه الجلسات . فيتم تقسيم المشاركين إلى مجموعات عمل صغيرة ثم تعطى مشكلة لحلها . بعد ذلك يقوم أعضاء كل مجموعة بمناقشة ما خرجت به مجموعتهم .

ومن الأمثلة على ذلك وضع ميزانية لنشاط دعائى . فيتم إبلاغ المجموعة أن هناك مبلغ (١٠٠,٠٠٠) دولار ستنفق للإعلان عن منتج . ثم تجتمع كل مجموعة لتقدم أفكاراً حول كيفية استخدام المبلغ فى أشكال متعددة للإعلان . مثال آخر ، شركة تأمل أن تجد حلاً لمشكلة التغيب المتكرر لبعض الموظفين ، فيقوم منسق الجلسة بتكليف مجموعات بطرح بعض الأفكار حول تشجيع الالتزام بالحضور .

بالإمكان كذلك استخدام المجموعات الصغيرة لتحديد أولويات نشاطات وأهداف المنظمة . كما يمكن استخدامها لوضع تفاصيل هيكل المنظمة وأنظمتها (مثل : الخروج بأنظمة جديدة) أو مجرد جمع معلومات عن التطورات والتحديات التنظيمية .

– الاتصال بمساعدة الحاسب : ربما كانت أحدث طريقة لعقد الاجتماعات هي استخدام الحاسب للتفاعل بين أعضاء المجموعة والمنسق أو المتحدث أو رئيس الجلسة ، بحيث يجلس مشارك أو مشاركون أمام حاسب ويشاركون في تعلم مهارة عن طريق التفاعل مع بعضهم ومع برنامج مبتكر على الحاسب . وفي الحالات الأكثر تعقيداً يقوم المشاركون بالاتصال المباشر مع رئيس الجلسة بواسطة الحاسب .

وإذا كانت المنظمة تواجه مشكلة حساسة أو إذا كان المشاركون مترددين في إبداء آرائهم للآخرين ، فإنه بالإمكان استخدام الحاسب للحصول على إجابات عن بعض الأسئلة مثل : "لماذا انخفضت المبيعات بنسبة (٣٠٪) في هذه الفترة ربع السنوية ؟" ، "ماهي الأشياء التي يمكن أن نفعلها من وجهة نظرك لتحسين أوضاع العمل ؟" وعندها يقوم كل مشارك باستخدام مفاتيح الحاسب لعرض مرئياته . بعد ذلك يستطيع رئيس الجلسة تقديم تقرير عن أفكار المجموعة . وليكن في معلومات أن التخطيط للتفاعل بمساعدة الحاسب يؤثر بشكل كبير في تحديد مكان عقد الاجتماع .

خدمات الطعام والمشروبات :

تلعب خدمات الطعام والمشروبات دوراً مكملاً في معظم الاجتماعات ، مع أن بعض الاجتماعات لا تشمل وجبات أو استراحات لتناول القهوة أو حفل استقبال في برنامجها الرسمي . وفي هذا الوقت لا بد لمخطط الاجتماع أن يقرر ما إذا كانت خدمات الطعام والمشروبات ضرورية ، وأن يحدد الطول التقريبي للوقت اللازم لذلك ثم يقوم بجدولة ذلك في البرنامج ، مع مراعاة أن عدد الوجبات التي يحويها البرنامج يؤثر كثيراً على تكلفة الاجتماع . وسيناقش الفصل (١١) إدارة خدمات الطعام والمشروبات ، ويتعرض بشكل مكثف لبدائل ترتيب الوجبات وقائمة الطعام .

استراحات القهوة :

إذا كان الاجتماع سيستمر لأكثر من ساعتين ، فيتوقع وجود استراحة لتناول المرطبات . وعادة ما تكون هناك استراحتان في الاجتماعات الطويلة . ومن الممكن تقديم المشروبات في الاستراحات في وقت الظهيرة . ويجب أخذ هذه الاستراحات في الحسبان عند عمل البرنامج التمهيدي . ومن القواعد المتعارف عليها إعطاء المشاركين

استراحة مدتها عشر دقائق لكل ساعة اجتماع أو ما يقارب ذلك .

ويعتمد طول فترة الاستراحة على عدد المشاركين في الاجتماع . فتقديم المشروبات لمجموعة كبيرة يأخذ من الوقت أكثر مما يأخذ تقديمها لمجموعة أصغر . ولا تشجع بعض الاجتماعات على إحضار الطعام والمشروبات إلى جلسات الاجتماع .

وفى بعض الأحيان تترك طاولة القهوة مفتوحة طوال اليوم ، بحيث يتناول المشاركون ما يريدون فى أى وقت . وربما وضعت المرطبات فى جانب من قاعة الاجتماع ، أو قد يتم حجز قاعة مجاورة يستطيع المشاركون فيها تناول المشروبات أو تناول مأكولات خفيفة . وربما شملت خدمة القهوة والمرطبات وبعض أنواع المأكولات ، فالخبز المحلى فى الصباح ، والبسكويت أو الفاكهة بعد الظهر اختيارات شائعة . وسيناقش الفصل (١١) الاستراحات بشكل موسع .

ويجب على مخطط الاجتماع أن يفكر فى العثور على من يرعى تكاليف الاستراحات إذا كان ذلك ممكناً . فمثلاً إذا كان الاجتماع للمتخصصين فى مكتبات القانون فربما رحبت شركة تسوق برامج على الحاسوب ذات علاقة بالكتب القانونية ، أو شركة تقوم بنشر كتب قانونية برعاية الاستراحات ؛ لما يجلبه ذلك لها من تعريف وسمعة حسنة . ويكفى وضع ملاحظة فى برنامج الحفل أو وضع لوحة على طاولة المرطبات لتقدير رعاية الشركة للاستراحة .

الوجبات :

يجب عند التخطيط للبرنامج تخصيص وقت للوجبات : الإفطار والغداء والعشاء . ولا يهم فى ذلك أن تكون الوجبات جزءاً من البرنامج ، أو أن يأكل المشاركون على حسابهم ، فالوقت اللازم لذلك لا بد من مراعاته .

وتتيح الوجبات الفرصة لأن تقرن بنشاطات أخرى كالاستماع إلى متحدث أو حتى مشاهدة معرض ، ومن جهة أخرى فإن هناك من يفضل أن لا تشمل الوجبات أى نشاط رسمي . وتتيح الوجبات للمشاركين التعارف ، كما أن كثيراً من النشاطات التجارية تتم بشكل غير رسمي بين المشاركين خلال استراحات تناول الوجبات فى الاجتماعات .

- الإفطار :

ليس هناك اتفاق بين مخططي الاجتماعات على تقديم وجبة إفطار كجزء من البرنامج . وعند تقديم الإفطار مع إضافة قيمته إلى قيمة الاجتماع ، يكون عدد الحضور قليلاً ، لأن كثيراً من الناس يفضلون تناول الإفطار فى غرفهم . ويقوم الفنادق بتقديم خدمة الإفطار فى الغرف كجزء من إيجار الغرفة ، وعندها لا يقدم معظم الإفطار كجزء من البرنامج. وعند تقديم إفطار خفيف (Continental Breakfast) (يشمل القهوة وعصير الفاكهة والخبز المحلى) ، فإن من المرجح أن يحضر كثير من المشاركين بعد نهاية الوقت المخصص للإفطار .

- الغداء :

تعتبر وجبة الغداء أكثر الوجبات تقديماً فى الاجتماعات (غير الاستراحات) . ومن الأفضل إبقاء المشاركين فى مقر الاجتماع إذا كان الاجتماع يشمل جلسات فى الصباح وبعد الظهر .

- العشاء :

فى بعض الأحيان يقوم منظم الاجتماع بتقديم الوجبة المسائية ، وفى أحيان أخرى يترك للمشاركين حرية الاختيار فى تناول وجبة العشاء . ومن التقاليد المتبعة فى الاجتماعات الطويلة أو المكثفة تقديم وجبة عشاء مع أختام الاجتماع .

وخلال الاجتماعات المكثفة يكون من الأجدى الابتعاد عن بيئة الاجتماع فى وجبة العشاء . وقد يكون من المستحب اصطحاب الحضور لمبنى آخر مثل مطعم محلى . ولا بد بالطبع من أخذ المواصلات بعين الاعتبار عند التخطيط للوجبات بعيداً عن مقر الاجتماع .

حفل الاستقبال :

كثيراً ما يكون حفل الاستقبال أو تقديم المشروبات والأكلات الخفيفة جزءاً من برنامج الاجتماع . ومن الممكن إقامة هذا الحفل مع المعارض ، كما يمكن أن ترعاه منظمة أخرى غير المنظمة التى ترعى الاجتماع . وإذا كان الأمر يتطلب ترتيبات رسمية فيجب تخصيص ساعة واحدة بعد الجلسة الأخيرة ليتسنى للمشاركين أن تغيير

ملابسهم وأخذ قسط من الراحة . ويجب أن لا تتعدى مدة حفل الاستقبال ساعة واحدة ، ولمزيد من المعلومات عن حفل الاستقبال ارجع إلى الفصل (١١) .

المعارض والعروض التجارية :

يجب تخصيص وقت كافٍ لمشاهدة المعرض الذى يعقد كجزء من المؤتمر . وإذا تم الجمع بينه وبين جزئية أخرى من البرنامج – مثل الغداء – فيجب فى هذه الحالة تمديد الوقت المخصص لتلك الجزئية . وكلما توسع نطاق المعرض وزاد السعر الذى دفعته الشركات للمشاركة فيه ، فإن الوقت المخصص للمشاهدة لا بد أن يزاد . وإذا انعقد المعرض فى مكان خارج المقر فلا بد من مراعاة تكلفة المواصلات ، ويقدم الفصل الثالث نقاشاً تفصيلياً حول ذلك .

نشاطات وقت الفراغ :

بعد تقدير أقل وقت تستغرقه جلسات الاجتماع واستراحات القهوة وحفل الافتتاح ، يجب أن يقدر مخطط الاجتماع حاجة المشاركين لوقت الفراغ . ومن القواعد المتعارف عليها أن يتم منح المشاركين وقت فراغ (استراحة) فترة صباح كامل أو فترة ما بعد الظهيرة ، وذلك عقب كل ثلاثة أيام من الاجتماعات . ومرة أخرى فإن المعلومات عن المشاركين ستساعد على معرفة ما هو الأنسب للمجموعة ككل ، وستوفر أهداف الاجتماع معلومات هامة بهذا الخصوص . فمثلاً سيحتاج وكلاء السفريات وقتاً ليكتشفوا المنطقة التى يقام فيها اجتماعهم ليمكنهم تقديم توصيات للمسافرين حول تسهيلات الإقامة والمناطق الجذابة فى تلك المنطقة . أما كبار المديرين ، منظراً لضيق وقتهم وأهميته وحرصهم على إنجاز الاجتماع ، ربما لا يهتمون بزيارة متحف عالمى لا يبعد عن مقر الاجتماع سوى أمتارٍ قليلة .

ونظراً لأن كثيراً من الناس يحتسبون تكلفة حضورهم الاجتماع كمصروف عمل ، فإن على مخطط الاجتماع أن يكون على علم بأنظمة مصلحة الضرائب الخاصة بمصاريف العمل . ومصلحة الضرائب صارمة فى قياس طول وقت الفراغ مقارنة بوقت العمل لتقرير السماح بخصم ضريبى لمصاريف العمل . ويوضح الشكل (٤-٢) هذا النظام ، ومن العبارات التى تظهر كثيراً فى نشرات الجولات السياحية عبارة "بعد الظهر فراغ" .

وإذا كنت فى جولة سياحية ، فهذا يعنى أنه ليس هناك شىء مجدول بعد الظهر . أما إذا كنت فى اجتماع ، فذلك يعنى أنك أخيراً ستحصل على فترة راحة لتستطيع زيارة المدينة ، أو لتتصل بمقر عملك ، أو لترتاح .

إن التجوال فى المدينة التى ينعقد فيها المؤتمر نشاط طبيعى فى وقت الفراغ ، وخصوصاً إذا كان المشاركون فى الاجتماع من خارج المنطقة . ويمكن أن يقوم مخطط الاجتماع بتنظيم مثل هذه الجولات ، أو أن يزودهم بمعلومات تساعدهم لعمل حجوزات مع منظم جولات . كما يمكن تنظيم رحلات جانبية خارج المدينة المنعقد فيها المؤتمر . مثل قيام المشاركين بمؤتمر فى مدينة (دنفر) برحلة لنصف يوم لزيارة قمة (بايك) ، أو زيارة المنتزهات أو المتاحف ، أو الذهاب للأسواق ، فكلها أمثلة تدخل فى هذا الإطار .

الشكل (٤-٢) تعليمات نظام مصلحة الضرائب فيما يخص الخصم الضريبى على تكاليف الاجتماع

[الجزء ٢٧٤]

الجزء ٢٧٤ : عدم خصم بعض مصاريف الترفيه ونحوها ، والنفقات .

[الجزء ٢٧٤ (أ)]

أ) الترفيه والتسلية أو الاستجمام :

١ - بصفة عامة : لن يسمح بأية إعفاءات ضريبية تحت هذا البند لأى عنصر .

أ - النشاط : فيما يتعلق بأى نشاط من النوع الذى يعتبر عادة ترفيهاً أو تسلية أو استجماماً إلا فى حالة أن يثبت دافع الضرائب أن ذلك العنصر مرتبط بشكل مباشر بعمل جاد ، أو فى حالة أن يسبق أو يلى مباشرة نقاشاً حقيقياً مكثفاً (بما فى ذلك اجتماعات العمل فى مؤتمر أو ما شابهه) ، وأن ذلك العنصر مرتبط بعمل دافع الضريبة .

ب - التسهيلات : من المتوقع أن تستخدم بعض التسهيلات فيما يرتبط بأنشطة واردة فى الفقرة الفرعية (أ) .

تشمل نشاطات شغل وقت الفراغ : الذهاب إلى المسرحيات ، مشاهدة الأعمال الفنية ، وحضور حفلة موسيقية . والترفيه بعد العشاء أمر مرغوب دائماً من المشاركين ، بعكس الاستماع إلى متحدثين فى فترة ما بعد العشاء .

ممارسة الرياضة والأنشطة الترفيهية هى نشاطات ممتازة لوقت الفراغ . ومن الممكن اصطحاب المجموعة لمشاهدة حدث رياضى أو المشاركة فى إحدى الرياضات .

وإذا كان الاجتماع منعقداً فى مرفق سياحى فإنه سيتوفر للمشاركين ممارسة السباحة ولعب الجولف والتنس . ولكن لاحظ أن المرفق السياحى ربما فرض بعض الرسوم على المشاركين الذين يرغبون في استخدام تلك الخدمات . وتقسيم المجموعة إلى فرق وتنظيم مسابقة رياضية يوفر نشاطاً منظماً لوقت الفراغ . ويقدم الفصل (١٢) معلومات أخرى حول نشاطات وقت الفراغ والبرامج الجانبية والجولات التى تسبق وتلحق الاجتماع .

وتضيف نشاطات وقت الفراغ الكثير لتكلفة البرنامج . وفى حالة التفكير فى جعلها جزءاً من البرنامج ، عليك أن تحدد ما إذا كانت المشاركة فى هذه النشاطات اختيارية ، أو أن كلفتها ستضاف إلى رسوم التسجيل .

وسوف يتغير البرنامج عدة مرات . فربما لا يستطيع المتحدثون الحضور ، وربما تبرعت منظمة خارجية باستضافة الحضور على وجبة ، وربما سجل (٣٠) شخصاً إضافياً ولم يكن ذلك فى الحسبان ، ولكن فى غالب الأحوال ستبقى فترات الوقت مماثلة للفترات التى تم تحديدها من قبل .

نموذج تأشير المتحدث

اسم المتحدث ....

اسم المنسق ....

يوم وتاريخ تقديم الكلمة ....

الوقت المقرر لتقديم الكلمة ....

أهداف الكلمة ....

عنوان الكلمة ....

الاحتياجات السمعية والبصرية ....

احتياجات السفر ....

تاريخ الوصول ....

تاريخ المغادرة ....

حجوزات السفر التى تمت ....

ترتيبات الإقامة ....

الاحتياجات الأمنية ....

تجربة مراجعة الأداء ....

المعلومات الشخصية التى استلمت ....

استلام إذن تسجيل الوقائع ....

استلام المواد للاستنساخ ....

نشاطات الفصل :

ستعقد جمعية مقاولى الجاكوزى اجتماعها السنوى لمدة ثلاثة أيام . وتم اختيار مدينة كليفلاند مكاناً له . وسوف يحضر نحو (٣٠٠) شخص تقريباً من (٤٠) ولاية . (٦٥٪) منهم من الذكور الذين تتراوح أعمارهم بين (٣٠ - ٦٠) عاماً . ويملك أغلبهم أعمالهم ، ويتراوح دخلهم بين ٤٠,٠٠٠ - ٧٠,٠٠٠ دولار فى السنة . وسيدفعون بأنفسهم تكاليف المؤتمر ، وسيحضر (٤٠٪) منهم بصحبة زوجاتهم إلى المؤتمر .

حدد أفضل أنواع الاجتماعات ، وطرق التقديم لتحقيق أهداف الاجتماع ، وكم يجب أن يكون طول الجلسات . ثم قم بإعداد برنامج مبدئى للاجتماع على أساس المعلومات التالية باستخدام النموذج المرفق .

الهدف	نوع الجلسة	طرق التقديم	الوقت الضرورى المقدر
شرح طرق تركيب جديدة .			
انتخاب رئيس مجلس إدارة جديد .			
تحديث المعلومات عن المستهلكين .			
(من يشترى جاكوزى) ؟			
إعادة كتابة اللوائح .			
تكريم الرئيس الذى انتهت دورته .			
عرض منتجات جديدة .			
استعراض المجهودات التسويقية الناجحة .			
النظرة المستقبلية للجمعية .			
الإعلان عن بحث حول المادة التكوينية الجديدة .			
النشاط فى وقت الفراغ .			

والآن عبئ معلومات البرنامج المبدئي :

اليوم الأول	الجلسة	طرق التقديم	الرقم المتوقع
٩,١٠			
١٥ر			
٣٠ر			
٤٥ر			
١٠,٠٠٠			
١٥			
٣٠			
٤٥			
١١,٠٠			
١٥			
٣٠			
٤٥			
١٢,٠٠			
١٥			
٣٠			
٤٥			
١,٠٠			
١٥			
٣٠			
٤٥			
٢,٠٠			
١٥			
٣٠			
٤٥			
٣,٠٠			
١٥			

تابع :

اليوم الأول	الجلسة	طرق التقديم	الرقم المتوقع
٢٠			
٤٥			
٤,٠٠			
١٤			
٣٠			
٤٥			
٥,٠٠			
١٥			
٣٠			
٤٥			
٦,٠٠			
١٥			
٢٠			
٤٥			
٧,٠٠			
١٥			
٢٠			
٤٥			
٨,٠٠			

الفصل الخامس

اختيار مكان الاجتماع

عند إنهائك لهذا الفصل ستكون قادراً على :

١- تحديد المكان المناسب لحجم الاجتماع ونوعه .

٢ - تقييم مزايا الأماكن المختلفة حسب : الفصل من السنة ، والطقس ، والاعتبارات السياسية .

٣ - تقييم سهولة الوصول إلى الأمكنة المختلفة .

٤ - تقييم الموقع بناءً على : العضوية ، ورغبات قضاء وقت الفراغ ، والاحتياجات الخاصة .

إن رنين آلة البيع وصوت آلة الطباعة من بطاقات الائتمان هي أصوات مصاحبة للاجتماعات . والشخص الذي يحضر مؤتمراً يعتبر زائراً مرغوباً لأهل المدينة أو البلدة .

ويوجد في معظم المدن مكتب للزوار والمؤتمرات يعمل كمركز للنشاطات التي تهدف إلى تسويق منطقته كمكان يصلح لعقد مؤتمرات . وتضم تلك المكاتب في عضويتها فنادق واستراحات ومطاعم وشركات مواصلات وشركات ألعاب وتسلية . وعند النظر في صلاحية مدينة لعقد اجتماع ، فإن اتصالاً هاتفياً يجري بمكتب الزوار والمؤتمرات كخطوة أولى . وربما قامت الغرفة التجارية بدور مكتب الزوار والمؤتمرات أو بالعمل كمنظمة تسويق في المكان المقصود .

وينفق المشاركون في المؤتمرات أكثر مما ينفق السائح المتوسط ، ولهذا فهم يعتبرون زواراً مميزين ويُفضلون على زوار اليوم الواحد . وفي أحدث مسح أجرته الجمعية الدولية للمؤتمرات ومكاتب الزوار اتضح أن متوسط ما ينفقه مندوب في مؤتمر هو (٥٧٣) دولاراً مقابل (٨٨٦) دولاراً لمندوب معرض تجاري .

وليس من الغريب اعتماد الفنادق والاستراحات والمنتجعات على الاجتماعات كمصدر من مصادر الدخل . فدخل الفندق يعتمد عادة على البيع للمجموعات ، ولهذا تحرص الفنادق على الإعلان عن نفسها كمكان ممتاز للمؤتمرات . وعند تقديم أحدها عرضاً مغرياً لا يقاوم فإنه يتم اختياره في الحال كمكان للاجتماع دون التحري عن البدائل .

ونتيجة للتنافس الحاد لجذب المؤتمرات للأسباب الموضحة أعلاه ، فإن كثيراً من الجمعيات والشركات لا تصادف متاعب في اختيار مكان للاجتماع ، فقد يتم دعوتهم ومحاولة جذبهم من قبل المدن ومراكز المؤتمرات . وفي أحيان كثيرة يقوم أصحاب الأماكن بمنح تخفيضات في الأسعار أو تقديم حفل استقبال مجاناً كنوع من عوامل جذب الاجتماعات . لكن مع هذا كله فإن مخطط الاجتماع يجب عليه أن يقرر ما إذا كان المكان يفي باحتياجات المجموعة أم لا . وتقوم أماكن جذب الزوار كذلك بتقديم مغريات لقطاع المؤتمرات عن طريق منح تخفيضات للمجموعات ، كما تقدم المطاعم بطاقات مخفضة .

متى يتم اتخاذ قرار باختيار مكان للاجتماع ؟ يتم اختيار المكان للمؤتمرات التي يشارك فيها أكثر من ١٠٠ شخص قبل سنة من عقد المؤتمر على الأقل . وفي أحيان

كثيرة يتم الإعلان عن تواريخ ومكان عقد المؤتمر القادم في نهاية المؤتمر الذى يسبقه . ولذلك فإن مخطط الاجتماع يمضى الكثير من الوقت فى تنظيم الاجتماع الحالى ، ويقوم فى نفس الوقت بالتفاوض حول الاجتماع المقبل . وتقوم المنظمات الكبيرة بتحديد مكان الاجتماع قبل خمس أو ست سنوات من انعقاده . وفى بعض الأحيان يتم اختيار مكان للاجتماع بناءً على توقعات أنه سينشأ مركز للمؤتمرات أو سيتم بناء غرف إضافية للفندق .

الاعتبارات الرئيسية :

من أهم الاعتبارات التي ينبغي أن تؤخذ فى الحسبان عند اختيار موقع الاجتماع ، طبيعة المنظمة التى ترعى المؤتمر ، وطبيعة العاملين فيها . وهذه العوامل هى التى تحدد أفضلية موقع على آخر .

حجم الاجتماع :

إن حجم الاجتماع ، ونقصد هنا العدد المتوقع للمشاركين ، يعتبر على درجة كبيرة من الأهمية ، فهو أهم الاعتبارات فى تخطيط الاجتماع . وبالنظر إلى مجموع الأعضاء فى المنظمة وتواريخ اجتماعاتها ، يمكن الخروج بتقدير لعدد من سيحضرون . أما العنصر الثانى فى اختيار الموقع فهو حجم المعرض المزمع إقامته على هامش المؤتمر .

وبالنسبة للاجتماعات الصغيرة والمتوسطة فليس هناك أهمية للحجم فى اختيار المكان الجغرافى للاجتماع . أما بالنسبة للجمعيات والشركات الضخمة فإن حجم الاجتماع يكون عاملاً حاسماً فى استبعاد بعض المواقع . إن اجتماعاً لجمعية الطب الأمريكية لا يمكن استيعابه فى (بلاك هلز) فى جنوب (داكوتا) مهما كانت أهمية المنطقة جمالياً أو تاريخياً . وقليل من المدن هى التى تستطيع استيعاب المؤتمرات الوطنية للأحزاب السياسية ، والاتحادات العمالية أو المنظمات الاجتماعية .

النقطة الرئيسية هنا هى : كم يتوفر من الغرف الفندقية ؟ وأين موقعها فى المدينة ؟ ففى الاجتماعات الكبيرة يتم إسكان المشاركين فى أرجاء المدينة فى أماكن مختلفة . ولهذا فلا بد من توفر غرف مناسبة وكافية بالفنادق فى مواقع تتوفر فيها وسائل المواصلات إلى مركز المؤتمرات أو مكان الاجتماع .

والشكل رقم (٥-١) يوضح المدن التي استضافت معظم الاجتماعات في عام ١٩٨٦م ، وعدد الغرف الفندقية المتوفرة والتي لا تبعد أكثر من ٣٠ دقيقة بالسيارة . إن العدد الكبير للمشاركين يحتم استبعاد بعض المدن كمكان مناسب للاجتماعات ، كما أن الحاجة إلى مساحات كبيرة للعرض تستبعد مدناً بعينها . فمثلاً إذا كانت هناك حاجة لمعرض تبلغ مساحته ٢٠٠,٠٠٠ قدم مربعة ، وكان هذا المعرض جزءاً لا يتجزأ من الاجتماع ، فإن خيارات مقر الاجتماع تنحصر فقط في المدن الكبيرة التي تتوفر فيها مراكز للمؤتمرات تستطيع استيعاب معرض بهذا الحجم .

الشكل (٥-١) : المدن الرائدة في عدد المعارض عام ١٩٨٦م

المدينة	عدد المعارض [1]	عدد الغرف الفندقية [2]
دالاس	٢,٠٩٠	٣٧,٦٠١
أتلانتا	١,٤٧٠	٣٥,٠٠٠
نيو أورليانز	١,٠٠٠	٢٦,٠٠٠
نيويورك	٩٧١	١٠٠,٠٠٠(٣)
سان أنتونيو	٩٥٤	١٦,٠٠٠
واشنطن	٨٥٧	٤٧,٠٠٠
ساكرامنتو	٨٥٦	٢,٥٠٠٠
سانت لويس	٧٨٢	٢٠,٠٠٠
هيوستن	٧٢٧	٣٦,٠٠٠
شيكاغو	٦٩٠	٤٠,٠٠٠

(١) عدد المعارض التي عقدت في نطاق المدينة .

(٢) على بعد (٣٠) دقيقة بالسيارة من وسط المدينة .

(٣) داخل المدينة .

المصدر : Advertising Age

ويوضح الشكل رقم (٥-٢) أكبر عشرة مراكز مؤتمرات فى أمريكا الشمالية ، والمساحة المتوفرة للمعارض التجارية بالقدم المربعة .

الشكل (٥-٢) : أكبر مراكز المؤتمرات في أمريكا الشمالية

المدينة	مساحة العرض والاجتماعات بالقدم المربعة
شيكاغو	١,٦٠٠,٠٠
هيوستن	١,٢٩٦,٠٠٠
لاس فيجاس	١,١٠٠,٠٠٠
نيويورك	٧٨٠,٠٠٠
ديترويت	٧٠٠,٠٠٠
أتلانتا	٦٤٠,٠٠٠
دالاس	٦٠٠,٠٠٠
دنفر	٥٠٠,٠٠٠
سان دييجو	٤٥٠,٠٠٠
أتلانتك ستى	٤٣٦,٠٠٠
فيلادلفيا	٤٢٥,٠٠٠
أناهيم	٤٢٠,٠٠٠

المصدر : Copyright c1990 by CMP Publications, Inc., 600 Community Drive, Mannhasset, NY 11030. Reprinted from Business Travel NEWS with Permission.

صفات المنظمة :

ليس هناك إشكالية فى الموقع إذا كانت المنظمة تقوم دائماً بعقد اجتماعاتها فى نفس المكان . وشركة الطيران (دلتا) هى مثال على ذلك . فقد نشأت كشركة توفر خدمات رش المحاصيل الزراعية بالمبيدات فى مدينة (مونرو) بولاية (لويزيانا) . وهى دائماً تعقد اجتماعاتها في هذه المدينة . والمنظمات الأخرى تقوم بعقد اجتماعاتها فى المدينة التى يوجد بها مركزها الرئيسى . وبعض المواقع يتم تحديدها مسبقاً لأسباب خاصة . فمثلاً عند تقاعد رئيس شركة فإن الاجتماع السنوى ربما عقد فى مدينته تكريماً له بهذه المناسبة .

وبعض المنظمات تقوم بحصر اختيارها فى عدد محدد من الأمكنة وتعقد الاجتماعات فيها بالتناوب . وقد يعود ذلك لحجم الاجتماع . فربما كانت خيارات منظمة ما محددة بعدد من المدن التى باستطاعتها استضافة الاجتماع .

وتقوم عدد من المنظمات بتغيير أماكن عقد اجتماعاتها فى أرجاء البلد بشكل مستمر . وهذا يساعد على توازن المصاريف التى يدفعها الأعضاء فى أرجاء البلد . فمن يسكن فى الساحل الشرقى يعلم أن قيمة تذكرة سفره لن تحتسب ضمن ميزانيته كل عام . وتقوم جمعية مدرسي السفر والسياحة التى تضم أعضاء من الولايات المتحدة وكندا باتباع أسلوب تدوير مكان عقد اجتماعاتها . فمرة يكون الاجتماع فى مدينة ويلمينجتون فى ديلاوير (بالساحل الشرقى) ، وتعقد الاجتماع اللاحق فى السنة التالية فى مدينة نيو أورليانز فى لويزيانا (بوسط البلد) ، والاجتماع التالى فى مدينة (لونج بيتش) فى كاليفورنيا (بالساحل الغربى) .

ويحد الموقع الجغرافى من عدد الخيارات المتاحة . فقد يكون الساحل الشرقى هو الأنسب لعقد معظم الاجتماعات (إما للكثافة العمرانية والسكانية ، وإما لتركيز الخدمات) .

ومن الواضح أن نوع المنظمة التى تعقد الاجتماع يؤثر على مكان انعقاده . فعلى سبيل المثال فإن مجموعة دينية محافظة لن تعقد اجتماعها فى لاس فيجاس - بنيفادا ، أو أتلانتك سيتي في نيوجرسى ، حيث يتعارض الجو الاجتماعي وخيارات الترفيه مع فلسفة المجموعة المعروفة .

ولبعض المنظمات بعض الاحتياجات الخاصة التي تؤثر في اختيار مكان الاجتماع ، فمثلاً تفضل كثير من المجموعات التعليمية أن تجتمع في جامعة أو في جو مدرسي ، وبعض المنظمات العلمية تحتاج إلى توفير معامل . لذا فإن احتياجات الاجتماع تؤثر في اختيار مكان عقده ، فربما أدت إلى استبعاد بعض الأمكنة ، أو ربما طرحت بعض المواقع البديلة المنطقية للاجتماع .

وعليه فإن نوع الاجتماع وهدفه قد يؤدي إلى استبعاد بعض المواقع . فورشة عمل تستخدم الحاسب الآلي لن تعقد في جزيرة نائية غير موثوق بخدمات الكهرباء فيها ، ولن تعقد خلوة يقوم المشاركون فيها بتبادل رؤى شخصية ومراجعة للأفكار في غالب الأحوال في وسط مانهاتن . ومن جهة أخرى فإن بعض الأماكن مثل فورت لوديرديل في فلوريدا هي اختيار طبيعي للاجتماعات التي تقام بشكل أساسي بغرض البهجة .

إن تحليل نوع المشارك أو إعطاء نبذة عن المشارك التقليدي ذو أهمية في اتخاذ القرار حول مكان عقد الاجتماع . فمثلاً ملاك سيارات (مازيراتي) القديمة بهواياتهم المرتفعة التكلفة ودخلهم العالي لن يكونوا متحمسين لاجتماع يعقد في بلدة متوسطة الحجم في الوسط الغربي ؛ لأنهم يفضلون أضواء المدينة الكبيرة أو رفاهية منطقة سياحية . وفي الجانب الآخر فإن مدربي النسخ ربما فضلوا قليلاً من الأضواء ؛ لأن اجتماعهم تعليمي بشكل أساسي ، كذلك فإن ميزانياتهم ومخصصاتهم السفرية لا تتناسب مع تكاليف الأماكن الفخمة .

المواصلات وسهولة الوصول :

تعتبر المواصلات وسهولة الوصول إلى المكان من العوامل الهامة عند اختيار مكان الاجتماع . لذا يجب أن تتوفر مواصلات كافية إلى مقر الاجتماع .

وربما جذبت الاجتماعات مشاركين من الولاية أو المنطقة أو من مختلف أرجاء البلد . كما سيحضر أكثر المشاركين من المنطقة بالسيارات . أما في الاجتماعات الكبيرة على مستوى البلد فإن الحاضرين سيستخدمون الطائرة للوصول إلى مقر الاجتماع .

كمثال على مكان فيه مشكلات في المواصلات : جزيرة صغيرة قريبة من ساحل مدينة شرقية ساحلية تهبط فيها طائرة حمولتها ثمانية أشخاص مرتين يومياً . ويظل

المشاركون في ما يشبه الأسر بسبب جدول الطائرة . فإذا كان هذا المكان أكثر الأماكن رغبة عندك كمقر الاجتماع ، فربما قام مخطط الاجتماع بعمل ترتيبات أخرى للمواصلات .

وإذا كان الاجتماع كبيراً جداً ، وكان المشاركون منتشرين في عدة فنادق في المنطقة ويجب أن يصلوا إلى مقر الاجتماع أو مركز المؤتمرات لحضور جلسات الاجتماع ، فإن اختيار موقع تتوفر فيه خدمات المواصلات والمواقف ضروري جداً . واستنجار حافلات للخدمة بين المباني الرئيسية بديل ممكن . وستتم مناقشة إدارة المواصلات في الفصل الثاني عشر .

وقد تصمم بعض الاجتماعات لتجمع أعضاء في مناطق بعيدة عن مصادر الإزعاج من العالم الخارجي ، وفي هذه الحالة لا ينظر إلى المواصلات كحاجة أساسية .

التوقيت :

يرتبط التوقيت بالمكان . فربما ألغيت مدينة من قائمة المدن المرشحة لاستضافة اجتماع نظراً لأن هناك العديد من الاجتماعات المعقودة فيها في ذلك الوقت ، أو بسبب ارتفاع الأسعار نظراً لموسم السياحة . كذلك فإن أيام الأسبوع التي نظم خلالها الاجتماع ، وقربها أو بعدها من العطلات ، تكون عاملاً آخر في تحديد موعد الاجتماع .

– **يوم الأسبوع :** هل يعقد الاجتماع خلال الأسبوع أم يعقد في العطلة الأسبوعية ؟ هذا السؤال موضع نقاش دائم . بالنسبة لاجتماعات العمل ، فإن المشاركين فيها لا يريدون التضحية بعطلتهم الأسبوعية في سبيل العمل . وفي المراكز التجارية تنخفض تسعيرة الغرف في الفنادق في عطلة الأسبوع عن سائر أيام الأسبوع حيث تمتلئ غرف الفنادق بالمسافرين للعمل من الإثنين إلى الخميس .

من ناحية أخرى ترتفع التكلفة خلال عطلة الأسبوع في المصايف والمنتجعات وملاهي الفنادق وأماكن الترفيه ، ومن ثم تتأثر تكلفة الإقامة والمواصلات بيوم الأسبوع المختار لعقد الاجتماع .

– **الإجازات** : ترحب بعض الأماكن باستضافة الاجتماعات في بعض الإجازات عندما لا يكون هناك حجوزات كثيرة ، ولكن معظم المجموعات تتحاشى عقد الاجتماعات خلال الإجازات أو خلال إجازات نهاية الأسبوع الطويلة (التي يعقبها أو يسبقها أيام إجازة) . فالناس يريدون أن يخصصوا وقت إجازاتهم لارتباطاتهم الشخصية والعائلية . وربما شذ عن هذا المجموعات من تجمعهم اهتمامات مشتركة أو المجموعات العرقية ، ولكن مخطط الاجتماعات الذكي هو الذي يتفادى وضع افتراضات حول ذلك .

– **الأحداث** : قد يستبعد توقيت بعض الأحداث مدناً معينة من الاختيار . وربما كانت الفنادق محجوزة بالكامل ، ويمكن أن يشتت الحدث اهتمام وتركيز المشاركين في الاجتماع الهام . فإذا كان الاجتماع سيعقد في الأسبوع الأول أو الثاني من شهر أكتوبر ، فلن يمكن استضافته في (أنابوليس) بولاية ميرلاند ؛ لأن ذلك موعد معرض القوارب الشراعية وذات المحرك ، ويستحيل العثور فيه على حجوزات في الفنادق . وتتجنب معظم المجموعات (نيو أورليانز) خلال احتفال (ماردي جراس) لأسباب مشابهة .

– **الموسم أو الطقس** : إذا كان برنامج الاجتماع يتضمن زيارة الأماكن الهامة والترويح فإن للموسم أهمية في اختيار المكان . من الواضح أن الأماكن الدافئة في الجنوب مفضلة في الشتاء ، وكذلك أماكن التزلج على الجليد . وربما كانت تكلفة مكان جذاب أقل في غير موسم الذروة . فمثلاً تنخفض التكاليف في سان خوان في بورتوريكو في شهر يونيو ، وكذا تفضل كويبك بكندا في أكتوبر .

وتجعل الأحوال الجوية القاسية بعض الأماكن غير مضمونة كمكان للاجتماع خلال بعض أوقات العام . فلن يكون جيداً اختيار مدينة تتعرض لعواصف ثلجية بشكل دائم كمكان لاجتماع يعقد في يناير ويأتي المشاركون فيه عن طريق الجو ، وبالتأكيد فإنه سيتم صرف النظر عن جزء كبير من شمال أمريكا كمكان محتمل لاجتماع يعقد في الفترة من يونيو إلى سبتمبر إذا كان هناك تخوف من حدوث أعاصير .

ويظهر الشكل رقم (٥-٣) أكثر الأشهر مناسبةً لعقد الاجتماعات .

الشكل (٥-٣) : أكثر الأشهر مناسبة لعقد الاجتماعات

الأشهر التي يعقد فيها الاجتماع
ديسمبر - فبراير ١١٪
مارس - مايو ٢٢٪
يونيو - أغسطس ٢٥٪
سبتمبر - نوفمبر ٢٦٪

المصدر : M. Concorso, The Meetings Market '90, Meetings & Conventions Magazine/Reed Travel Group.

التكلفة :

ربما تؤدي النبذة الذاتية للمشارك ، التي توضح متوسط دخله ، إلى صرف النظر عن أماكن مثل هونولولو في هاواي : وذلك بسبب ارتفاع تكلفة الاجتماع هناك . وتتميز بعض المدن بارتفاع تكاليف المعيشة ، فمثلاً تعتبر تكاليف المعيشة في مدينة سانت لويس بولاية ميزوري معقولة ، بينما ترتفع في مدينة مثل نيويورك . ومع أن بعض المدن قد تبدو أماكن مثالية لعقد الاجتماعات كنيويورك وسان فرانسيسكو ، فإن المصاريف التي سيتكلفها المشارك ربما كانت عائقًا لعقد الاجتماع فيها . ويجب أن يقوم مخطط الاجتماع بحساب أشياء مثل تكلفة السفر بالطائرة والمواصلات الأرضية والإقامة والوجبات بدقة لتحديد ما إذا كان اختيار مكان ما لعقد الاجتماع اختياراً معقولاً (فيما يخص التكلفة) .

وعند تخطيط اجتماعات الحكومة فإنه يجب حساب الكلفة بطريقة مختلفة . فالموظف الحكومي يتقاضى بدل مصاريف سفر يومية تعكس تكاليف المعيشة في المنطقة التي يعقد فيها الاجتماع . ويتوقع أن يغطي هذا البدل مصاريف الإقامة والضرائب والوجبات والمصاريف الطارئة . وعادة يتم دفع تكاليف السفر لمكان الاجتماع ورسوم التسجيل (والتي ربما شملت الوجبات) مباشرة بالإضافة إلى البدل اليومي . ومن الأمثلة على مصاريف السفر اليومية الممنوحة من الحكومة ما يلي : في

فيلادلفيا (١١٣) دولاراً ، فينيكس (٨٣) دولاراً ، وفي بوسطن (١٢١) دولاراً . ويوضح الشكل رقم (٥-٤) بعض مصاريف السفر اليومية التي تدفعها الحكومة لاجتماعات تعقد في الأماكن المذكورة في شمال أمريكا .

وبعض المواقع تفرض ضرائب تمس المسافرين بشكل كبير ، ومثال على ذلك ضرائب الفنادق . ففي يوليو ١٩٨٩م كانت الضرائب على الفنادق في مدينة واشنطن (١١٪) . وعلى الجانب الآخر تطالب المطاعم وشركات تأجير السيارات كذلك بدفع ضرائب محلية "إضافية" قد تبلغ (٩٪) . هذا علماً بأن المنظمات التي لا تهدف إلى الربح قد تكون معفاة من دفع الضرائب ، وتشمل هذه الإعفاءات إعفاءً من ضرائب المدينة .

الشكل (٥-٤) : مصاريف السفر التي تمنحها الحكومة لحضور مؤتمرات في بعض الأماكن في شمال أمريكا

المدينة	المصاريف الممنوحة
نيويورك	١٤٧ دولاراً
لوس أنجلوس	١٢٠ دولاراً
شيكاغو	١٢٣ دولاراً
دنفر	٩٩ دولاراً
دالاس	١٠٨ دولارات
كانساس ستي	٨٦ دولاراً

أنشطة وقت الفراغ :

كما أوضحنا في الفصل الثالث فإن بعض المجموعات تتوقع وجود نشاط رياضي ، وحياة ليلية نشطة ، أو فرص ممتعة للتجول ومشاهدة أبرز المعالم ، وذلك على هامش الاجتماع .

التقاليد ، والتوقيت ، والمواصلات ، والتكاليف ، وترتيبات وقت الفراغ ، فلا بد من أخذ الاعتبارات الإضافية الأخرى في الحسبان .

- **المتعاقدون الخارجيون** : يجب أن يتوفر في المنطقة التي يعقد فيها الاجتماع موارد تلبي احتياجات المشاركين ، مثل : المواصلات الأرضية ، أو الجولات السياحية ، أو الأجهزة السمعية والبصرية ، والتسجيل ، والنسخ . وبعض المتعاقدين الخارجيين الآخرين الذي قد تكون هناك حاجة إليهم مثل : محلات الزهور ، والديكور ، والتمثيل والأزياء ، وشركات تنظيم الترفيه والتسلية .

- **الصورة الذهنية** : تلعب سمعة المدينة وصورتها في أذهان الناس دوراً في حظ المدينة من الاختيار كمكان لعقد الاجتماع . فمدينة واشنطن على سبيل المثال بها مستوى عالٍ من جرائم الشوارع ، مما قد يلغيها من قائمة المواقع المناسبة لعقد اجتماع لبعض المجموعات . ويجب على مخطط الاجتماع القيام بالتحري عن سمعة وصورة المكان ودورهما في التأثير السلبي على عقد اجتماع ناجح .

وتتمتع بعض المدن بسمعة جيدة وبأنها مدن مضيافة . ويبدي سكان أطلانطا وهيوستن حسن الضيافة الذي يميز أهل الجنوب . من جهة أخرى فإن بعض المدن لها سمعة غير إيجابية أو ودية مع السياح . ومع أن هذه مجرد تعميمات ومقارنات غير صحيحة يمكن نقضها بالحقائق والتجربة الفعلية ، إلا أنها تؤثر في رغبة المشاركين المتوقعين لحضور الاجتماع في أماكن معينة .

- **المساعدة الخارجية** : من الممتع أن يشعر المرء أنه محل ترحيب ، وربما كانت عروض المساعدة وتقديم الخدمات عاملاً حاسماً في اختيار مكان للاجتماع . وكثيراً ما تقوم الفروع المحلية للجمعيات الوطنية أو موظفو شركة كبرى في منطقة معينة بالدعوة لعقد الاجتماع في مدينتهم . وتعرض هذه الفروع أو الموظفون استعدادهم لتولي مهام التخطيط للاجتماعات . وربما تبرع الفرع المحلي برعاية حفل استقبال أو وجبة ، أو ربما عملوا على إقناع شخصيات المدينة بحضور فعاليات الاجتماع .

وكما ذكر سابقاً فإن الغرف التجارية ومكاتب المؤتمرات والزوار تقوم بتقديم الدعوات للمجموعات لعقد اجتماعاتها في مدنها ، كما تقوم الولايات عن طريق مكاتب

السياحة والتطوير فيها بالمشاركة في الدعوة لعقد مؤتمرات كبرى . ومن المساعدات التى يمكن أن توفرها هذه المجموعات : المطبوعات عن المنطقة ، أو تقديم هدايا ، فمثلاً ربما تبرعت أطلانطا ببعض الأوسمة أو الحقائب التى طبع عليها شعارها . وربما عرضت الغرفة التجارية رعاية حفل استقبال ، أو إقامة جناح ضيافة ، أو نقل كبار الضيوف . وقد تقدم مكاتب المؤتمرات والزوار بعض العاملين للمساعدة فى التسجيل ، أو تقوم بمعالجة أوراق التسجيل فى مكاتبها . وقد يكون مكتب المؤتمرات والزوار في مركز يتيح له أن يعرض رسوماً مخفضة لاستئجار مركز المؤتمرات والمساعدة على عمليات الحجز .

الأماكن الدولية :

هل يجب أن يعقد الاجتماع خارج البلد أم داخله ؟ إذا كانت المنظمة تضم أعضاء من الدول الأخرى ، فإن العالم يقدم العديد من الخيارات . تعقد كثير من الاجتماعات فى المقر الرئيسي للمنظمة أو الشركة . ولكن كثيراً من المجموعات تفكر فى أمكنة يُعقد فيها الاجتماع فى الدول الأخرى . وتمثل الكاريبي وكندا والمكسيك مناطق ممكنة ومعتدلة التكاليف .

وهناك ثلاثة اعتبارات هامة عند اختيار مكان دولى هي :

أولاً : توفر المواصلات للمشاركين : ويجب التأكد من ذلك عند التفكير فى عقد اجتماع فى دولة أخرى .

ثانياً : هل يستطيع أعضاء المنظمة أو موظفو الشركة تحمل الوقت وتكلفة السفر ؟ وهل سيحضر الاجتماع عدد كاف من الأشخاص مما يجعل الاجتماع ذا قيمة ويضمن تحقيق الهدف منه ؟

ثالثاً : هل لدرجة التأثير على ميزانية المنظمة التي تعقد الاجتماع أهمية كبيرة ، خاصة فيما يتعلق بتغير سعر الدولار في الخارج ؟

في محاولة لموازنة العجز التجارى ، تتميز أنظمة الضرائب الفيدرالية بأنها صارمة فيما يتعلق بالخصم الضريبى لحضور اجتماعات دولية . ويجب على مخطط الاجتماع

نموذج اختيار مكان عقد الاجتماع

نمط المنطقة :

....

تقاليد المنظمة :

....

احتياجات الاجتماع (مثل مركز المؤتمرات ، مختبرات كلية جامعية) ....

....

قيود خاصة بنوعية المشارك : ....

....

[لتقييم مدينتين أو أكثر ، رتب كل عامل من العوامل التالية على معيار من (١ - ٥) ، حيث (٥) هي الأعلى] .

_____ يوجد عدد كاف من الغرف الفندقية .

_____ العدد في مبنى واحد : ....

_____ كم مبنى يحويها ؟ .... مجموع عدد الغرف : ....

_____ توجد مساحة كافية للمعرض :

_____ المساحة المتوفرة في المباني بالقدم المربعة : ....

_____ المساحة المتوفرة في مركز المؤتمرات : ....

_____ المواصلات إلى الموقع متوفرة بواسطة (عدد الناقلين) : ....

....

_____ التوصيل (من المطار إلى الموقع) متوفر :

_____ كم يأخذ من الوقت ؟ : ....

ـــــ المواصلات العامة فى الموقع كافية .

ـــــ توقيت الاجتماع ليس له تداخل مع أحداث أخرى .

ـــــ تكاليف المعيشة فى حدود مقدرة المشاركين .

ـــــ هناك إمكانيات للترفيه والجولات السياحية .

اذكرها : ....

ـــــ يمكن توفير المتطلبات الخاصة .

ـــــ المتعهدون الذين يُحتاج لهم متوفرون .

ـــــ خدمات الأكل كافية .

ـــــ الأسواق كافية .

ـــــ ترحب المدينة بالاجتماعات .

ـــــ استعدادات مكتب المؤتمرات والزوار لخدمة الاجتماعات عن طريق توفير (قم بالتأشير على المساعدة المقدمة) :

ـــــ رسائل الدعوة .

ـــــ إرسال النشرات التعريفية .

ـــــ إرسال الهدايا .

ـــــ التسجيل فى عدة فنادق .

ـــــ موظفى تسجيل .

ـــــ استقبال ترحيبى فى المطار .

ـــــ معلومات عن الفندق أو ترحيب في الفندق بالمشاركين .

ـــــ حفل استقبال .



افترض أنه تم اختيار مكان للاجتماع . الخطوة التالية إذاً هي اختيار المبنى - الفندق ، أو المنتجع ، أو مركز المؤتمرات ، أو مبنى آخر- تعقد فيه جلسات المؤتمر ويقيم فيه المشاركون . وكثيراً ما يتم اختيار المكان والمبنى في نفس الوقت . ومن النادر أن يخصص مخطط الاجتماعات الوقت الكافي لتقييم موقع الاجتماع بدقة دون بعض التأكيدات أن هناك مبنى مناسباً في المنطقة .

أحياناً يكون اختيار المبنى سهلاً . وربما أرادت جمعية أن تعقد مؤتمرها في وقت تتوفر فيه الأمكنة المناسبة للاجتماع وكذلك غرف الفنادق في المدينة التي سيعقد بها المؤتمر . أو ربما تعقد شركة ما اجتماعات لمديريها بشكل اعتيادى في منتجع معين ، وقد يكون للشركة عقد مستمر مع مالك المنتجع . وربما كان المبنى معروضاً بأسعار مغرية لدرجة أنه لا يمكن التفريط فيه . ولكن إذا لم تتم الإجابة عن السؤال : "أى المباني أنسب؟ فإنه يجب على مخطط الاجتماع أن يقيِّم بموضوعية المباني المحتملة حتى يخرج بأنسبها . وبنفس الطريقة التي يؤثر فيها الحجم والتوقيت وتكلفة الاجتماع وتقاليد ورغبات المنظمة والمواصلات وسهولة الوصول والعوامل الأخرى في اختيار المكان ، فإن بعض هذه العوامل تؤثر في اختيار المبنى .

الاعتبارات الرئيسية :

إذا لم يكن في الذهن ثمة مكان محدد ، فإن هناك ثلاثة عوامل أساسية تؤثر في اختيار المبنى هي :

١ - الحجم .

٢ - التكلفة .

٣ - الموقع .

وفي جميع الأوقات يجب وضع النبذة عن المشارك في الحسبان .

وتؤثر طبيعة الاجتماع في تحديد أى العوامل الثلاثة أكثر أهمية في تحديد المبنى . بالتأكيد فإن مخطط الاجتماع يكون لديه خيارات أكثر إذا كان مكان الاجتماع صغيراً : لتوفر مباني كثيرة تستوعب (٢٠) شخصاً ، وهي أكثر من المباني التي تستوعب

متطلبات غرف الأنشطة :

وهنا نتعرض لحجم وعدد غرف الاجتماعات . ويفضل البعض أن يسمى هذه الغرف بغرف النشاط . ويرمز هذا اللفظ إلى الغرف التى تستخدم لعقد الجلسات وتستخدم كذلك لتقديم الأكل . ولتتمكن من تحديد احتياجات غرفة الأنشطة ، طالع البرنامج المبدئى وقم بحصر الجلسات والمشاركين المتوقعين فى كل جلسة . وتذكر أنه إذا كانت لديك حاجة لتنظيم خاص للغرفة ، فيجب أن يتوفر وقت أمام إدارة المبنى لنقل الأثاث أو التجهيز وتنظيم الطاولات والكراسي وغيرها .

وتشتمل معظم الاجتماعات على جلسة عامة واحدة يجتمع فيها جميع المشاركين . وبعض البرامج لا تحتوى إلا على جلسات عامة . وعادة فإن المبنى الذى يسعى للمنافسة فى مجال استضافة الاجتماعات يوفر غرفة (قاعة) تستطيع استيعاب أشخاص بعدد الغرف فيه على أقل تقدير . فعلى سبيل المثال إذا كان الفندق يحوى (٤٠٠) غرفة فإن القاعة الرئيسية تستطيع استيعاب (٤٠٠) شخص . ويجب أن يكون مخطط الاجتماع على حذر من إدارات المبانى التى تَعِد بتوفير غرفة لكل شخص على الرغم من وجود دلائل على أنه ينقصهم ما يحتاجه الاجتماع من غرف النشاط من حيث العدد والحجم .

ويوضح المثال التالى كيفية تقدير احتياجك من غرف النشاط . فربما بدأ اجتماعك بجلسة عامة فى الساعة التاسعة صباحاً ، وفى الساعة ١٠٫٣٠ ستنقسم المجموعة إلى ثلاث مجموعات صغيرة . وسيكون الغداء جماعياً في الساعة الثانية عشرة ظهراً ، وستبدأ الجلسات الفرعية الساعة الثانية بعد الظهر .

ولهذا فالغرف التي يحتاجها الاجتماع لذلك اليوم هي غرفة كبيرة لجلستين ، وثلاث غرف قبل الغداء ، وثلاث بعده . ولن يكون هناك حاجة للقاعة الكبيرة إلا إذا كان هناك تخطيط لعمل حفل استقبال .

متطلبات غرف الضيوف :

نظراً لعدم توفر إحصاء دقيق حول عدد الأشخاص الذين سيحضرون الاجتماع ،

فإنه لا بد من عمل تقدير لعددهم بالرجوع الى تاريخ الاجتماع . فإذا كان عدد من حضروا في العام الماضي (١٥٠) شخصاً فإن العدد المتوقع هو (١٥٠) شخصاً على الأقل ، إلا إذا كان اجتماع العام الماضي كئيباً . وإذا كان هناك زيادة كبيرة في عدد أعضاء المنظمة أو إذا كانت الشركة قد زادت عدد العاملين فيها بشكل كبير ، فيجب زيادة تقديرات عدد المتوقع مشاركتهم . ولقد شهد حضور الاجتماعات زيادة بين عامي ١٩٨٣م إلى ١٩٨٩م .

وتعطي مراجعة المعلومات عن المشاركين فكرة عن عدد الغرف المزدوجة والغرف المفردة التي يحتاجها الاجتماع . هل سيسكن المشاركون مع بعضهم ؟ تقوم بعض المنظمات ذات الطابع العائلي بإسكان الأطفال في غرف أهليهم . ويلزم مخطط الاجتماع كذلك تقدير عدد المشاركين الذين سيحضرون قبل وقت الاجتماع ، والذين سيغادرون مبكراً ، والذين سيجلسون بعد نهاية الاجتماع ؛ لأن هذه العوامل تؤثر في عدد غرف الضيوف .

تذكر أن بعض العاملين سيصلون في وقت مبكر للتحضير للاجتماع . وكثيراً ما يجلس هؤلاء يوماً أو يومين إضافيين لتجميع المواد التي تبقت وإنهاء إجراءات اختتام الاجتماع ، وأحياناً للاستراحة فقط . ويجب أن يكون مكان الاجتماع قادراً على توفير الليالي الإضافية . وعند القيام بعمل الحجوزات ، يحدد مخطط الاجتماع عدداً من الأيام ، عادةً تشمل اليومين اللذين يسبقان الاجتماع واليومين اللذين يليانه . وتعرض إدارة المبنى رسوم إيجار غرفة المؤتمر لهذه الأيام الإضافية .

وتُسعّر غرف النوم بناءً على عدد الأشخاص الذين يستخدمونها وعلى موقعها في المبنى . فمثلاً تزيد تكلفة الغرف التي بجانب المسبح ، والغرف المزدوجة أغلى من المفردة . والغرف التي تعتبر ممتازة لوجود بعض التسهيلات بها كالجاكوزي تكلف أكثر من الغرف المتواضعة . ولا يمانع بعض الأشخاص من الاشتراك مع آخرين في الغرف . ولكن الغالبية من المشاركين لا يفضلون ذلك . وربما كان الأشخاص المسئولون عن التقديم أو الموظفون الكثيرو السفر أكثر الناس حساسية لهذه الأمور . إن التصرف الأمثل لمعظم الاجتماعات هو افتراض أن كل المشاركين يريدون غرفاً مفردة .

١ – المدن المركزية :

إن لعقد اجتماع وسط منطقة حضارية مزايا وعيوبًا . فبالنسبة للاجتماعات الكبيرة التي تتوزع على عدة مبان ، يتوفر عادة الكثير من الغرف على مسافة قريبة من وسط المدينة .

بالإضافة إلى ذلك ، فقد كانت المباني التي تقدم خدماتها للاجتماعات تقع تقليدياً في مواقع وسط المدينة . وغالباً ما توضع مراكز المؤتمرات في وسط المدينة .

ميزة أخرى للمواقع داخل المدينة وهي توفر عدد كبير من المطاعم والمحلات التجارية القريبة من الفندق . كما أن المواصلات من المطار وخلال الاجتماع تكون فى متناول أماكن عقد الاجتماعات وسط المدينة . وتتوفر أيضاً سيارات الأجرة والحافلات والسكك الحديدية تحت الأرض .

ومع ذلك فإن كثيراً من المسافرين يتهيبون من وسط المدينة ؛ نظراً للانطباع السائد أن الجرائم تكثر فى وسط المدن الكبيرة . ونظراً للتوجه نحو الضواحى فى الولايات المتحدة فإن الكثير من المدن تشهد خلواً من السكان ، كذلك فإن مناطق وسط المدن لا تتوفر فيها التسهيلات الترفيهية التى تتوفر فى غيرها من المناطق . وهناك سلبية أخرى لوسط المدينة تتمثل فى قلة مواقف السيارات ، وارتفاع رسوم الوقوف بها .

٢ – الضواحى :

بنيت كثير من المنشآت الممتازة الخاصة بالمؤتمرات فى ضواحى المدن الكبيرة . وتقع هذه المنشآت قرب مراكز التسوق الكبرى أو الأسواق التجارية المغلقة ، حيث يتوفر بها تنوع فى المتاجر والمطاعم بحيث يمكن أن يستمتع بها المشاركون فى الاجتماعات . وعادة تتوفر فيها المواقف .

والمنشآت فى الضواحى عادة تكون جديدة ، والكثير منها فريد فى تصميمه . وغالباً ما يتوفر بها خدمات الترفيه والتسلية أو تكون قرب ملاعب الجولف والتنس والمسابح .

ولبعض الضواحي سلبيات تتمثل في بعدها عن المطارات ومواقف الحافلات ومحطات القطار . ربما كانت المواصلات خلال الاجتماع أصعب تنظيماً ، ولكن كثيراً من الضواحي تشهد تحسناً كبيراً في مواصلاتها العامة .

٢ - المطارات :

شهدت منشآت مناطق المطارات نمواً عظيماً (انظر شكل رقم ٦-١) ، وقد بنى كثير من مراكز المؤتمرات المتوسطة الحجم قرب المطارات ، ولهذا فقد قل الوقت الذي يقضيه المشارك في السفر . وتوفر الكثير من المنشآت المخصصة للاجتماعات في المطارات رحلات منتظمة بالحافلات بين المطار ومبانيها .

وكثير من المنشآت في المطارات جديدة ، ويتوفر بها تسهيلات حديثة للاجتماعات وغالباً ما تقوم المطارات نفسها بتأجير مساحات مكاتب بإيجار يومي أو بالساعة ، ويتوفر في هذه المكاتب خدمات سكرتارية ، وآلات فاكس ، وحاسبات آلية ، وآلات تصوير واحتياجات مكتبية أخرى .

ومن العيوب في مرافق الإقامة في المطارات أنها تكون كثيرة الضوضاء . كما أن قلة المطاعم الجيدة والأسواق والمنشآت الترفيهية ربما كان عاملاً سلبياً في اختيار منشآت قرب المطارات كمكان للاجتماع .

الشكل (٦-١) : الخدمات الفندقية قرب المطارات الرئيسية

المدينة	عدد استراحات المطار	مجموع عدد الغرف
أتلانتا	٢٤	٥٤٠٠
أوهارا (شيكاغو)	٢٧	٤٨٠٠
لوس أنجلوس	٥٢	١٣١١٦
هيوستون	٢٤	٨٤٠٠

المصدر: Copyright1990 y CMP Publications, Inc., 600 community Drive, Mannhasset, NY 11030. Reprinted from Business Travel NEWS with permissio.

عملهم ؟ ويجب أن تفترض أن العاملين يعرفون متى يأتى مخطط الاجتماع فى زيارة تقييمية ، وحينها سيحاولون بذل أفضل جهد ممكن .

من الخدمات الفخمة التى ينبغى عليك ملاحظتها : هل يقدم الإفطار والجرائد للضيوف فى غرفهم ؟ هل تتوفر خدمة الكيبل التلفزيونية ؟ هل الأسرّة مطوية ؟ وهل هناك خادم خاص ؟ أما توفر حارس خاص للمنشأة فذلك قمة الفخامة . وهذه الخدمات الضخمة تحسن بيئة الاجتماع . وتوفر المطاعم ، والمقاهى ، ومتاجر الهدايا ، والحلاقين ، ومحلات بيع الزهور فى المنشأة يفيد المشاركين في الاجتماع . وقد تقدم منشأة عناية شخصية ، مثل استلام وإعادة الملابس من المغسلة للغرفة ، وغرفة البخار ، وطاولات كي الملابس ، وحتى أجهزة التدليك .

توفير الحاسبات وأجهزة الفاكس وآلات تصوير المستندات وخدمات السكرتارية هى أيضاً إيجابيات للمنشأة . وأحياناً يتم تقديم هذه الخدمة فقط لمخطط الاجتماع ، أو ربما وفرت لجميع الضيوف .

وتقوم مجلة الاجتماعات الناجحة سنوياً بمنح جائزة تسمى (جائزة القمة) للفائزين ، وهى تمنح للمنشآت التى حكم مخطط الاجتماع بأنها أفضل منشآت لعقد الاجتماعات .

نموذج تأشير لتقييم الكفاءة والخدمة :

قم بتقييم العناصر التالية بإعطائها رقماً من (١ - ٥) كما يلى : ٥ = ممتاز ، ٤ = جيد ، ٣ = متوسط ، ٢ = تحت المتوسط ، ١ = ضعيف .

**الدرجة	الصفة**

ــــ	ردت إدارة المبيعات مباشرة وبلطف .

ــــ	شمل فحص الموقع التعريف بالإدارة والعاملين .

ــــ	كان العاملون في الموقع أكفاء وودودين خلال الفحص .

ــــ	العاملون فى خدمة الغرف كانوا متعاونين .

ــــ العاملون الآخرون ممن يرتدون الزى الرسمى كانوا أكفاء وودودين .

ــــ العاملون فى خدمات الغرف كفؤين وودين .

نوعية خدمات الطعام فى الأماكن التالية كانت فى المستوى المرغوب :

ــــ المطعم .

ــــ المقهى .

ــــ خدمة الغرف .

نوعية خدمات الترفيه والتسلية كانت فى المستوى المرغوب :

ــــ المسبح . ــــ التدليك .

ــــ التنس/الجولف . ــــ غرفة التمارين . ــــ أخرى .

ــــ يوجد بالمنشأة محلات تجارية تحوى بضائع متنوعة وجيدة النوعية .

ــــ توجد مساعدة مكتبية .

ــــ خدمات المواصلات كافية .

ــــ **مجموع الدرجات .**

فحص المنشأة :

تبين حتى الآن أن حجم ومستوى التكلفة والموقع لعدة منشآت ربما كان مناسباً . ما هى الخطوة التالية فى عملية اتخاذ القرار ؟

إن عمل زيارة فحص للموقع هى أفضل طريقة لتأكيد اختيار مقر الاجتماع .

قم لمقابلة واختبار المتنافسين ، ومع أنه من الأفضل لمخطط الاجتماع أن يزور الموقع متخفياً كمسافر عادى لأغراض العمل ، إلا أن الميزانيات لا تسمح بهذا ، وعادة ما تقوم المنشآت بمنح غرف مجانية لمخططى الاجتماعات الذين يقومون بزيارات فحص ، وتشارك مكاتب المؤتمرات والزوار والغرف التجارية فى الترحيب بمخططى الاجتماع

غـرف الضيـوف :

ضمن فحص المكان يجب أن يقوم مخطط الاجتماع بتفحص كل نوع من أنواع غرف الضيوف المتوفرة – غرف مزدوجة وغرف مفردة وما إلى ذلك – ويجب أن ينظر إلى العديد منها . وعليه كذلك أن يقوم بزيارة غرف فى أدوار متعددة وغرف تطل على مناظر مختلفة ، كالتى تطل على الشارع أو المسبح أو الجهة الخلفية .

نموذج تأشير لغرف الزوار :

قم بتقييم كل من العناصر التالية من (١ – ٥) : بحيث تعادل (٥) ممتازًا ، (٤) جيداً ، (٣) متوسطًا ، (٢) أقل من المتوسط ، (١) ضعيفًا .

الدرجة	الصفة
ــ	الغرف نظيفة (مكنوسة ، والحمامات نظيفة ، والسجاد نظيف ، والنوافذ والمرايا ممسوحة ، والمفارش نظيفة وليس بها بقع) .
ــ	حالة الغرف سليمة (السجاد ، المفارش ، الستائر ، تجهيزات الحمام غير مخدوشة ، والأبواب والنوافذ والستائر جميعها تعمل) .
ــ	الديكور جذاب .
ــ	تتوفر إضاءة كافية .
ــ	الأمان كاف .
ــ	التهوية جيدة .
ــ	مكيف الهواء والمدفأة وأجهزة التحكم بها تعمل .
ــ	يتوفر هاتف (اذكر إذا لم يكن هناك رسوم على الخدمة من غرفة لغرفة أو رسوم على المكالمات المحلية) .
ــ	مواقع الغرف والمناظر التى تطل عليها مرضية بشكل عام .

- تتوفر بعض الإضافات (ثلاجة ، صانعة قهوة ، خدمات كيبل مجانية ، شبكة تلفزيونية مغلقة ، الأسرّة تنخفض وترتفع ، أعط نقطتين لكل منها) .
- عينات من مواد الحمام ، مناشف كبيرة .. إلخ موفرة (أعط نقطة واحدة) .
- **مجموع الدرجات .**

غرف النشاطات :

من الأمور المهمة موقع غرف الاجتماع وقربها من بعضها . والوضع المثالي هو أن تكون جميع الغرف المستخدمة فى نفس الدور لكيلا يضطر المشاركون لاستخدام المصاعد . لأنه حتى فى المنشآت الكبيرة التى تتوفر بها أعداد كبيرة من المصاعد لا تستطيع هذه المصاعد خدمة الجموع الكبيرة من المستخدمين عندما يكون هناك العديد من الاجتماعات المنعقدة فى نفس الوقت .

من المهم كذلك درجة الراحة فى غرفة الاجتماع : الكراسى والتهوية والإضاءة . ومن المهم أيضاً عدم وجود ما يمنع المشاركين من مشاهدة المتحدث . ويجب فحص جودة الصوت فى الغرفة . وتناقش فى بعض الاجتماعات بعض المواضيع السرية ، فإذا كان الأمر كذلك فيجب أن تكون الجدران والفواصل عازلة للصوت . ويجب أن تتوفر في الغرفة الأجهزة السمعبصرية ومنافذ كهربائية كافية . ويقدم الفصل العاشر تفاصيل إضافية عن غرف النشاطات .

نموذج تأشير لغرفة النشاطات :

قم بتقييم الصفات التالية وإعطائها تقديراً من (١ - ٥) بحيث : ٥ = ممتاز ، ٤ = جيد ، ٣ = متوسط ، ٢ = تحت المتوسط ، ١ = ضعيف .

الدرجة الصفة

- موقع الغرف مناسب بالنسبة لـ :
- غرف الاجتماع الأخرى .
- المصاعد والدرج الكهربائى .

خدمة الأكل :

يجب أن يأكل مخطط الاجتماع في مطعم المنشأة . ويتوفر في بعض الفنادق مطعمان أو ثلاثة تختلف في درجة الرسمية والتكلفة . لاحظ تنوع قائمة الطعام والخدمة ونوعية الأكل . وإذا كان هناك اجتماعات منعقدة خلال زيارة مخطط الاجتماع فيجب ملاحظة القائمين على الخدمة . ويجب متابعة الطريق المستخدم لنقل الأكل إلى غرف النشاطات . سيتم إطلاع المخطط على قائمة الطعام مع أسعار الأكل ليتمكن من تقويم مدى تلبيتها لحاجات الاجتماع .

التفاوض على التكاليف :

هل تعرف كيف تساوم ، وكيف تتفاوض مع تاجر لتحصل على سعر أقل ؟ فالمفاوضون الماهرون يمكن أن يصبحوا مخططين جيدين للاجتماعات .

وهناك ثلاثة أنواع من التكاليف في مواقع الاجتماع . وهي : تكلفة غرف النوم ، وغرف النشاطات ، والوجبات . ويجب تخفيض السعر العادي للمجموعات . وكما يلاحظ فإن كثرة عدد المشاركين في اجتماع أو وقت عقد الاجتماع خلال السنة ربما خفض سعر الغرفة . وقد تبادر منشأة بتخفيض أسعارها لاجتماع عالي المستوى . وسيعرض مديرو المنشآت أسعاراً أفضل لأنهم يتوقعون تغطية إعلامية جيدة إذا أقام أشخاص مشهورون في منشآتهم .

تقوم بعض المنشآت بإعطاء المخطط التسعيرة التي تمنحها للحكومة أو للشركة . وعادة ما يتم التفاوض على التسعيرة بين المنشأة والشركة . وتعلم الشركة أنها ستستخدم عدداً محدداً من الغرف كل شهر ، وتضمن ذلك المنشأة لتحصل على تسعيرة أقل . فعلى سبيل المثال تقوم شركات الطيران بالتعاقد مع المنشآت في المطار لإسكان موظفي الرحلات الذين يتوقفون في المطار وقفات منتظمة . إن معرفة تسعيرة الشركات تعين مخطط الاجتماعات . وكما ذكر في الفصل الخامس فإن المؤسسات الحكومية يجب أن تعمل في نطاق البدل الخاص بمصاريف السفر . وستقوم المنشأة التي تتوقع أن يحتاج عدد كبير من موظفي الحكومة للإقامة فيها خلال العام بإعطاء تسعيرة للحكومة تتمشى مع بدل السفر .

تتوفر لدى بعض المنشآت التي تعتبر جزءاً من سلسلة من المنشآت برامج للزبون المتكرر الإقامة . فإذا أقام شخص في إحدى منشآت السلسلة لخمس ليال فإنه يحصل على خصم لليلة السادسة . وتتيح معرفة مخطط الاجتماع بهذه التسعيرة التفاوض مع المنشأة على سعر غرفة الإقامة .

وتقوم معظم المنشآت بتحديد تسعيرة للغرف المفردة ، والغرف المزدوجة ، والغرف بشخص إضافي ، والأجنحة . وفي بعض الأحيان تكون تسعيرة الغرف المفردة والمزدوجة متماثلة ، أو تكون التسعيرة ثابتةً مهما كان موقع الغرفة في المنشأة .

ستقوم منشأة بحجز عدد محدد من الغرف بتسعيرة متفق عليها . ويجب أن يكون هناك يومان قبل ويومان بعد نهاية الاجتماع تشملها التسعيرة المخفضة . وفي وقت محدد ، وعادة يتم إلغاء الحجز قبل ثلاثة أسابيع من الاجتماع ، فتعود تسعيرة الغرف إلى وضعها العادي . ويمكن أن يكون هناك مفاوضات حول تاريخ إلغاء حجز الغرف .

عند التخطيط للاجتماعات قبل سنين من موعد عقدها ، فإنه يمكن التفاوض لوضع نص يحدد أعلى نسبة مئوية يمكن أن ترتفع إليها تسعيرة الغرف . فمثلاً إذا تم الاتفاق على تسعيرة (٩٠) دولاراً ، ولكن لظروف ما لم يعقد إلا عام ١٩٩٦م ، وفي هذه الفترة لا بد للتسعيرة أن ترتفع ، ولكن العقد يحدد بشكل دقيق أن ينبغي ألا ترتفع تسعيرة الغرفة بأكثر من (٥٠٪) .

ناقش وقت استلام ووقت تسليم الغرف ، وحدد رسوم الإلغاء وسياسات إعادة المبالغ . واحصل على معلومات عن طريقة فتح حساب للدفع لاحقاً مع المنشأة . ناقش كيفية فتح حساب رئيسي يعكس جميع التكاليف ، مثل تكاليف الأكل والشرب التي ستدفعها المنظمة مباشرة ، وكيفية إقفال الحساب ، واطلب مراجعته يومياً . إذا كانت المنظمة ستدفع تكاليف الغرف للمتحدثين أو المقدمين أو العاملين ، استوضح أي المصاريف ستدفعها المنظمة وأيها يتولى مسئوليته الأشخاص المعنيون .

ثمة رسوم كثيرة تعتمد على عدد الليالي المحجوزة . فعدد ليالي الغرف يعادل عدد المشاركين المقيمين في المنشأة مضروباً في عدد الليالي التي أقاموها . فإذا كان عدد المشاركين (١٥٠) مشاركًا ، وكان عدد الليالي التي سيمكثونها ثلاثًا ، فإن عدد الليالي

الشكل (٦-٢) : مثال على عقد منشأة

المهمة :

من موتور إن بلازا

١٢٣ الشارع العام

أية مدينة ، الولايات المتحدة الأمريكية

اتصل بـ : جى ورين

٢٣٤ الشارع الأول

كل مدينة ، الولايات المتحدة الأمريكية

مواعيد المؤتمر : الخميس ٦ أكتوبر - السبت ٨ أكتوبر ١٩٠٠٠

مواعيد الرسوم : الثلاثاء ٤ أكتوبر - الإثنين ١٠ أكتوبر ١٩٠٠٠

عدد الغرف المحجوزة : ٥٠٠ ليلة/غرفة

تسعيرة غرف الضيوف : مفرد (٩٠) دولاراً جناح بغرفة نوم واحدة (١٧٠) دولاراً

مزدوج (١١٠) دولارات جناح بغرفتى نوم (٢٠٠) دولار

لاجتماعكم ستكون التسعيرة السارية :

مفرد (٧٥) دولاراً جناح بغرفة واحدة (١٥٠) دولاراً

مزدوج (٩٠) دولاراً جناح بغرفتين (١٧٥) دولاراً

(السعر الكلى لايتضمن عمولة)

جميع التسعيرات خاضعة لضرائب الولاية وهى : (٥٪) ، وضرائب المدينة على الفنادق البالغة (٥٪)، الإشغال المتوقع للغرف : المفردة (٨٠٪) ، المزدوجة ٠(٢٪) .

كيفية الوصول :

الوصول	(عدد الحاضرين)	الموجودون
الثلاثاء ٤ أكتوبر	٥	٥

الأربعاء ٥ أكتوبر	١٥٠	١٥٥
الخميس ٦ أكتوبر	٢٠	١٧٥
الجمعة ٧ أكتوبر	٥	١٨٠
المغادرة		
الجمعة ٧ أكتوبر	١٥	١٦٥
السبت ٨ أكتوبر	٥٠	١١٥
الأحد ٩ أكتوبر	١١٠	٥

(وقت الاستلام الساعة ٠٠ر٣ ظهراً كل يوم ، الحجوزات غير المؤكدة ستلغى ٠٠ر٥ مساءً ، وقت التسليم الساعة ٠٠ر١٢ ظهراً) .

الموعد الأخير : يتم حجز الغرف قبل ثلاثة أسابيع من وصولكم يوم الاربعاء ٥ أكتوبر ١٩٠٠٠ الذي يصادف ١٥ سبتمبر ١٩٠٠٠ ، ولكن موتور إن بلازا سيستمر في قبول الحجوزات حسب المتوفر بالتسعيرة السائدة المعلنة بالفندق .

الحجوزات : ستزود منظمتكم بعدد معقول من بطاقات الحجز التي توضح التخفيض المقدم لكم وتاريخ انتهاء الحجز .

غرف الضيوف المجانية : سيقوم موتور إن بلازا بتقديم غرفة ضيف حسب الطريقة التالية : غرفة لليلة واحدة لكل ٥٠ غرفة مستعملة فعلياً خلال اجتماعكم، وربما اخترت قضاء ليلة مجانية في جناح مقابل كل ١٠٠ غرفة مستعملة .

سيتم تخصيص الغرف المجانية لكم عن طريق مكتبكم ، ويسري هذا مدة أيام انعقاد الاجتماع ، ويجب استخدام الغرف المجانية وعدم إضافتها للحساب الأساسي .

المساحات العامة :

فيما يلي مخطط لبرنامج الاجتماع ، والمساحات العامة المحجوزة ، ونحتفظ بالحق في تبديل غرف الاجتماعات ، على أن تكون مناسبة ، بشرط أن يكون ذلك مناسباً لحاجتكم .

اليوم ، التاريخ ، المهمة :	الوقت	القاعة	عدد الحضور
الخميس ٦ أكتوبر			
الجلسة العامة	٩ – ١٠	القاعة الكبرى	٣٠٠
جلستان متخصصتان	١٠ – ١٢	أدميرال/كابتن	١٠٠/٢٠٠
الغداء	١٢ – ٢	القاعة الكبرى	٢٧٥
الجلسات الخاصة	٢ – ٥	أدميرال/كابتن	١٥٠/١٥٠
الجمعة ٧ أكتوبر			
الإفطار	٨ – ٣٠ر٩	القاعة الكبرى	٢٧٥
ثلاث جلسات متخصصة	٣٠ر٩ – ٣٠ر١٢	أدميرال/كابتن/ كوماندر	١٠٠ لكل منها
الغداء	٣٠ر١٢ – ٢	مفتوح	
جلستان متخصصتان	٢ – ٥	أدميرال/كابتن	١٥٠/١٥٠
حفل استقبال	٦ – ٨	ترايدنت	٢٧٥
حفل عشاء	٨ – ٣٠ر١٠	القاعة الكبرى	٢٥٠
السبت ٨ أكتوبر			
الإفطار	٨ – ٩	أدميرال/كابتن	٢٠٠
جلسة عامة	٩ – ٣٠ر١٠	القاعة الكبرى	٢٠٠
استراحة قهوة	٣٠ر١٠ – ٣٠ر١١	أدميرال/كابتن	١٧٥

(سيتم تخصيص مساحة لطاولة التسجيل في منطقة القاعة الكبرى . وسيتم وضع (١٠) طاولات عرض في الردهة . وستتوفر القهوة في الردهة من ٣٠ر١٠ – ٣٠ر١١ صباحاً ومن ٣٠ر٢ – ٣٠ر٤ بعد الظهر يوم الخميس ٦ أكتوبر ويوم الجمعة ٧ أكتوبر ١٩٠٠) .

ترتيبات الاجتماع : سيقوم مدير خدمات المؤتمرات بالاتصال بكم قبل (٩٠) يومًا من الاجتماع لترتيب غرف الاجتماع والأجهزة السمعية والبصرية ومتطلبات الأكل والشرب .

تكلفة المساحات العامة : مع الأخذ بعين الاعتبار نشاطات الأكل والشرب والحضور الموضحة وكذلك حجوزات غرف الضيوف ، فإن إيجار الاجتماعات السارية هي كالآتي :

إجمالي عدد الليالي المستخدمة من ١٠/٦ إلى ١٠/٨/٠٠-١٩	إجمالي إيجار غرف الاجتماعات
٠ - ٩٩	٠٠٠ر١٥ دولار .
١٠٠ - ٢٩٩	٠٠٠ر١٢ دولار .
٢٠٠ - ٤٩٩	٠٠٠ر٨ دولار .
٧٠٠ فأكثر	مجاناً .

الدفع : سيقوم جميع المشاركين بدفع تكاليف الغرف والضرائب والمصاريف الإضافية بشكل انفرادي ، وتنص السياسات على دفع كامل المبلغ مقدماً لجميع الخدمات إلا إذا كان هناك ترتيبات للدفع اللاحق أو الدفع الموحد لجميع المصاريف في وقت سابق . إذا رغبت فطلب استمارة الدفع اللاحق ، فإذا تم قبول الطلب سيتم تحضير حساب موحد للأكل والإيجارات ومصاريف العرض ، بالإضافة إلى أية مصاريف إضافية سيتم ايضاحها لكم .

التحكيم : سيتم تسوية أية خلافات أو ادعاءات نابعة عن أو مرتبطة بإلغاء هذا العقد حسب أنظمة جمعية التحكيم الأمريكية ، ويمكن رفع قرار لجنة التحكيم إلى أية محكمة .

الإلغاء : يمثل ما يلي محاولة معقولة من قبل الفندق للتعويض عن الأضرار الحقيقية التي ستلحقه من الإلغاء ، ويظهر الجدول التالي طريقة تصفية أضرار لإلغاء هذه الاتفاقية .

إلغاء الاتفاقية قبل ٣٠ يوماً من الاجتماع : ٠٠٠ر١٠ دولار غرامة .

٣١ - ٦٠ يوماً من الاجتماع ٠٠٠ر٧ دولار غرامة .

٦١ - ٩٠ يوماً من الاجتماع ٠٠٠ر٥ دولار غرامة .

تدفع إلى موتور إن بلازا

إذا كانت هذه الاتفاقية تحظى بالقبول لديكم ، فالرجاء توقيعها وإعادتها لتصبح الاتفاقية ملزمة .

________　　　　　　　　________

إعداد　　　　　　　　　　　　منسق الاجتماع

الفصل السابع

تسويق اجتماعك

عند إنهائك لهذا الفصل ستكون قادراً على أن :

١ - تقرر ما هى العوامل التى تؤثر على مستوى المشاركة فى اجتماع ما .

٢ - تقرر أفضل الطرق التسويقية لاجتماع ما .

٣ - تطور مواد مطبوعة .

٤ - تقدر كم سيكلف تسويق الاجتماع .



تصورات كابوسية : صندوق بريد فارغ ، جالونات من القهوة المفرغة في سلة النفايات ، وحوامل أسماء غير مستخدمة ، وكراسٍ فارغة ، وصدى الصوت في القاعات شبه الفارغة . الاجتماعات تتطلب أشخاصاً لتنعقد ، ولهذا فإن من أكبر مخاوف مخطط الاجتماعات عدم وجود مشاركين أو حضور عدد اقل من المتوقع .

تشمل عملية التسويق الـ (P) الأربع وهي : المنتج (Product) - المكان (Place) - السعر (Price) - الترويج (Promotion). فالمنتج هو الاجتماع ، والمكان هو مقر عقد الاجتماع ، والسعر سبق تحديده ، والآن جاء دور التركيز على التسويق .

إن التسويق يعني البيع ، فهل يجب على المرء بيع الاجتماع ؟ في بعض الحالات يكون للاجتماع جاذبية تجعل المشاركين يُغرقون راعي الاجتماع أو مخططه بطلبات المشاركة .

من ناحية أخرى ، فإن هناك الآلاف من الاجتماعات تعقد كل يوم ، وغالباً ما يكون الشخص منتمياً إلى عدة جمعيات أو مجموعات لها اهتمامات مشتركة ، ولذا يُدعى للعديد من الاجتماعات كل عام ، بالإضافة إلى ذلك فإن ذلك الشخص قد يكون لديه اجتماعات خاصة بعمله ويحتاج إلى أن يحضرها . في هذه الحالات لا بد أن يباع الاجتماع للمشاركين .

إن سوق الاجتماعات متشبع جداً ، ولا بد من استخدام أساليب تسويقية متطورة لجذب انتباههم (ثم مشاركتهم بعد ذلك) . واجتماعات هذا العصر تحتاج الى أن يكون لها هدف ، حتى ولو كانت للمتعة فقط ، وهذا الهدف لا بد أن يحدد بشكل واضح للمشاركين المتوقعين .

وقد تضمن الفصل الثالث نقاشاً حول كيفية قيام مخطط الاجتماع بتحديد عدد المشاركين فيه . وبناءً على هذا الرقم يتم اتخاذ الكثير من القرارات المتعلقة بالاجتماع وتكاليفه . ومن منطلق تحقيق توقعات حضور المشاركين فإن تسويق الاجتماع يأخذ أهمية كبرى . ومن الممكن أن تزيد الجهود التسويقية الممتازة عدد حاضري الاجتماع .

لماذا تسوق الاجتماع ؟

هل تعني زيادة عدد المشاركين زيادة الحماس والنشاط ؟ ليس دائماً ، ولكن تسويق الاجتماع في بعض الأحيان له أهداف ثلاثة :

١ - لإشعار كل شخص تنطبق عليه شروط الحضور .

٢ - لزيادة عدد الحاضرين .

٣ - لتحقيق دخل مادي .

ومن أكثر الأنشطة التسويقية توزيع المعلومات عن : متى ، وأين ، وكيف تسجل لحضور الاجتماع . ولربما شعر شخص مؤهل لحضور الاجتماع ومرغوب فيه كمشارك بأنه تم إهماله إذا لم يسمع من قبل عن الاجتماع .

عندما يكون عدد المشاركين أقل من المتوقع ، فإن ذلك يقلل من الشعور بأن الاجتماع كان ناجحاً . وإذا جذب مؤتمر لمنظمة (٢٠٠) شخص العام الماضي بينما لم يحضر اجتماع هذا العام سوى (١٢٥) شخصًا ، فإن من الواضح أن هناك خطأ ما . ويجب على مخطط الاجتماع أن يكون مطلعًا على سجلات الحضور في الشركة ، وأن يكون لديه تصورات حول عدد الحضور المتوقعين في الاجتماع المقبل .

وتعتمد بعض المنظمات على الدخل من اجتماعاتها للإنفاق على نشاطاتها . وحتى الآن فإن إقامة معرض مع الاجتماع يحقق أرباحاً . كما أن فرض رسوم دخول أو بيع مواد الاجتماع يحقق دخلاً .

وعندما يكون جمع التبرعات هو هدف أساسي لعقد الاجتماع ، فإن التسويق يصبح أكثر أهمية . ويكون مخطط الاجتماع تحت ضغوط لضمان أن الحاضرين سيوفرون المبلغ المتوقع .

معرفة جمهورك :

من تريد أن يحضر لاجتماعك ؟ حينما تحدد جمهورك فانك تعرف الى من توجه نشاطك التسويقي .

الأعمال والجمعيات :

تسمى كثير من اجتماعات الأعمال التى تعقد لشركة واحدة أحياناً بـ"الأداء الإلزامى" أو أداء الواجب ، ولذا فإنه لا حاجة لجهود تسويقية كبيرة لهذا النوع من الاجتماعات . وتقرر إدارة الشركة عقد الاجتماع وتختار من يتوقع مشاركتهم فيه ، وهؤلاء ليس لهم اختيار كبير فى أمر الحضور . والتسويق هنا يتمثل فقط فى إشعارهم بالاجتماع . ومع هذا فلا بد من شرح أهداف ومحتوى الاجتماع بوضوح . إن معظم اجتماعات المنظمات اختيارية ، ويحضر الأعضاء بمحض اختيارهم ، ولكن يلزم إقناعهم . ولذلك يجب أن يكون التسويق للأعضاء مقنعاً ومكثفاً .

فى بعض الأحيان عندما تريد جمعية زيادة عدد أعضائها ، يتوسع النشاط التسويقي ليشمل غير الأعضاء ، وربما جزءاً من عامة الناس الذين تمت معرفة وجود اهتمامات لديهم مماثلة لاهتمامات الأعضاء .

أخيراً ، فإن حضور بعض الاجتماعات في المنظمات محدود بأشخاص قليلين ، كمجلس الإدارة أو فريق الإدارة العليا . والتسويق لهذه المجموعات الصغيرة لا يذكر . ويتم إبلاغ المجموعة بالاجتماع ويتوقع حضورهم . وعلى سبيل المثال فإن أعضاء مجلس الإدارة يعرفون أنهم عندما قبلوا مناصبهم في المجلس ، فإنه يلزمهم حضور الاجتماعات لإدارة أعمال منظمتهم .

العملاء :

إن التسويق للمعارض التجارية أو الحلقات العلمية المفتوحة للجميع أمر مختلف تماماً . فهذه النشاطات أقيمت بغرض الربح ، والجميع مدعوون . ويتم استخدام الدعايات في الصحف والتلفاز والبريد المباشر بهدف حث الناس على الحضور .

وعموماً يكون لدى راعي المعارض التجارية الموجهة للمستهلك متخصصون في مجال التسويق . ويتم في بعض الأحيان استئجار منظمة تسويق محلية للإعلان عن المعرض أو الحلقة .

ماذا يجعل الاجتماع قابلاً للبيع ؟

كما سبق فإن قرار حضور اجتماع يكون في بعض الأحيان خارج إرادة المشارك المحتمل . ويتضمن التسويق مجرد إشعار المشارك بمقر ووقت عقد الاجتماع .

ومع هذا ففي كثير من الأحيان يكون قرار الحضور قراراً شخصياً . ولابد من إيضاح وتسويق مزايا ومنافع حضور الاجتماع للمشارك المحتمل . وللقيام بذلك فإن باستطاعة الشخص الذي يقوم بتسويق الاجتماع التأكيد على محتويات البرنامج ، والعوامل الخارجية التي ربما شجعت الشخص على الحضور ، أو كيف يمكن أن يساعد الاجتماع المشارك لتحقيق أهدافه الشخصية أو يوفر له حاجاته النفسية .

محتويات البرنامج :

عندما يقرر شخص حضور اجتماع ، فإن ذلك عادة بسبب كون أهداف الاجتماع تماثل احتياجاته . وكمثال على ذلك ، ربما أراد ذلك الشخص أو طلب منه زيادة تعليمه أو تدريبه ، فيجد حافزاً لحضور اجتماع لأنه سيتم فيه اتخاذ قرارات تجارية أو تشغيلية تخص المنظمة . وربما حضر ممثل مبيعات لا يحتاج إلا إلى محاضرة تحفيزية ، اجتماعاً يقدم فيه منتج جديد . من الواضح إذاً أن محتويات البرنامج هي خير حافز ، وأن مواد تسويق الاجتماع لابد أن توضح محتويات البرنامج .

عوامل نفسية وشخصية :

هناك عوامل نفسية تحفز الشخص لحضور اجتماع ، من أهمها الظهور والفخار ، فحضور بعض الاجتماعات يعطي للشخص شعوراً بالنجاح والمكانة . وكون المرء جزءاً من مجموعة ممتازة يعطيه نوعاً من التميز . وتتأثر قرارات حضور الاجتماعات كذلك برغبة الشخص أن يكون ضمن المجموعة .

ولقد قام عالم النفس (إبراهام ماسلو) بتصميم نظرية هرمية الحوافز البشرية ، والتي مفادها أن حضور الاجتماع يشبع الحاجات النفسية وحاجات تحقيق الذات . وتحفز حاجة تحقيق الذات بعض الأشخاص للتعلم . ومهما كانت الأهداف الحقيقية للاجتماع أو لجلسات المواضيع ، فإن الشخص ينجذب نحو أي اجتماع بسبب أهداف

شخصية محددة لا علاقة لها بأسباب أو أهداف الاجتماع الذى لن تحقق جلساته تلك الأهداف أو الرغبات ، وفرص تحقيقها متوفرة فى الاجتماع ولكن خارج هيكله ، ومن هذه الأهداف الاتصال مع نظرائه فى العمل . أو ربما حضر شخص اجتماعًا لأنه يرغب أن يرشح لمنصب فى المنظمة ، وحضوره للاجتماع كان بهدف التعرف إلى الأعضاء فى الجمعية بشكل أفضل ليعرفوه ، وربما أراد شخص يود تغيير عمله أن يحضر اجتماعاً يجد فيه من يبحثون عن موظفين ، مثل معرض توظيف أو معرض تجارى . وربما أراد شخص آخر التحدث إلى منتجين فى معرض ليحاول بيعهم اختراعاً . حافزٌ آخر هو الرغبة فى الاختلاط بالأصدقاء والزملاء أو لتجديد المعرفة . وتوفر الاجتماعات الفرصة لهذه الأنواع من التجمعات واللقاءات ، وخصوصاً للأشخاص الذين لا يعملون معًا أو لا يقطنون متجاورين .

فى نفس الوقت الذى تؤكد فيه مواد تسويق الاجتماع على محتواه ، فمن الممكن أيضاً أن تقوم بالتعرض للعوامل الأخرى التى تحفز شخصاً لحضور اجتماع .

ويمكن أن تكون هذه الحوافز مرغوبة فى الخفاء أو فى العلن ، ومواد تسويق الاجتماعات التى تتيح الفرصة للالتقاء بالزملاء أو تلمح إلى أن "كل من له علاقة سيكون هناك" ، توفر بعض الحوافز النفسية .

عوامل أخرى :

تحدد العوامل الخارجية كذلك حضور شخص ما اجتماعًا من عدمه ، ومن أوائل هذه العوامل موقع الاجتماع ورد فعل الشخص تجاهه . إن الرغبة فى زيارة مدينة سان فرانسيسكو ربما حفزت الشخص لأن يحضر اجتماعاً ، ومع كون برنامج الاجتماع مضغوطاً ليس به وقت فراغ ما ، فإن فرصة زيارة أماكن مرغوبة ، وأخذ أيام إجازة أكثر ، وحتى إحضار العائلة يجعل الاجتماع لا يقاوم .

وتساعد نشاطات وقت الفراغ خلال الاجتماع على جذب اهتمام الأشخاص ، فالرحلات الجانبية والجولات التعريفية هى أهم ما يجذب فى الاجتماع ، ويمكن أن تكون فرصة زيارة معرض تجارى أو عرض ما هى السبب الرئيسى لحضور الاجتماع .

طرق التسويق :

كيف يمكن للمرء أن ينشر خبر الاجتماع ؟ هناك طرق عديدة ، منها : البريد المباشر ، والدعاية والإعلان ، ونشاطات تقديم الهدايا ، والتسويق المتلفز . ويمكن استخدام أى طريقة بمفردها ، كما يمكن دمج الطرق الأربع فى عملية التسويق .

بالطبع فإن طريقة التسويق المستخدمة لا بد أن تتناسب مع : طبيعة الاجتماع ، والحجم المتوقع له ، وطبيعة المشاركين ، وميزانية الاجتماع . كما أن التوقيت - وهو تحديد موعد الإعلان أو إرسال البريد - يحدده طبيعة الاجتماع وعدد المشاركين فيه ، وتقوم بعض المنظمات بالإعلان عن مؤتمرها السنوى للعام القادم فى ختام مؤتمرها السنوى هذه السنة . وقد تعقد بعض اجتماعات الأعمال بناءً على مذكرة ترسل قبل عقده بأسبوعين .

والطريقة الأساسية لترويج اجتماع هى استخدام المواد المطبوعة كالرسائل والدعوات والكتيبات الدعائية . وربما تم استغلال الدعايات والإعلان فى مطبوعات عديدة .

البريد المباشر :

وهو العمود الأساسي لعملية تسويق الاجتماعات . ويمكن عن طريقه إيصال الرسائل والدعوات والنشرات ونماذج الحجز والهدايا ، ومن الممكن توصيلها للمكتب والمنزل للمرشحين المحتملين . وعادة توفر قائمة المرشحين وقائمة الشركة المعلومات لقائمة العناوين . ويمكن شراء قائمة العناوين ، وقد تكون متخصصة جداً فتورد الأشخاص بعنوان السكن ومستوى الدخل والوظيفة .

- **الرسائل** : وتوفر أسهل وسيلة لإعلام الأشخاص بأن الاجتماع سيعقد . ويمكن أن تقوم الحاسبات بعمليات الدمج البريدى وطباعة ملصقات المظاريف وجعل العنوان الداخلى والتحية شخصية . ومع أن هذه طريقة ترويجية سهلة إلا أن الكمية الكبيرة من البريد المباشر التى يستلمها الشخص تقلل من اهتمامه بالرسائل الترويجية .

فكر فى طبع أوراق خاصة بالاجتماع تبرز الاسم والشعار والتاريخ . ويمكن عمل تصميم ملصق يحوى هذه المعلومات بوضع على أوراق الرسائل المستخدمة فى المنظمة حالياً .

يمكن للرسائل أن تعلن عن الاجتماع وأن تقدم المعلومات الأساسية حول التواريخ والموقع والتكلفة ، أو تستخدم لتسويق الاجتماع وذلك بإعلام الناس بمزايا وفوائد حضور الاجتماع . ويوضح الشكل رقم (٧-١) نوعين من الرسائل التى تعلن عن اجتماع .

الشكل (٧-١) : نموذج من إعلان عن اجتماع

عزيزى ــــــ

تعلن جمعية مصلحي الأنابيب عن مؤتمرها الثالث والعشرين الذى سيعقد في سان فرانسيسكو من ٢١ - ٢٤ مايو ١٩٠٠٠م . سيعقد الاجتماع فى شيراتون سنتر تاون . وتجد برفقه بطاقة حجز تقوم بتعبئتها ثم تعيدها مباشرة إلى الفندق .

عزيزى ــــــ

تعلّم أحدث تقنية في مجالك . اجلب الأمان لوظفيك . شاهد أكثر من ٧٥ عرضاً لآخر أجهزة التركيب . نعم الاجتماع الثالث والعشرين لمصلحي الانابيب يكاد يصبح حدثاً .

متع نفسك فى سان فرانسيسكو التى لا تُنسى من ٢١ - ٢٤ مايو ١٩٠٠٠م . نوفر أحسن فرص الإقامة وأفضل خدمات الأكل فى شيراتون سنتر تاون مقر الاجتماع .

لكي لا تنسى ، أرسل بطاقة الحجز اليوم . وسنراك هناك .

- **الدعوات** : وهى بديل جيد للرسائل . ويمكن أن تكون مطبوعة طباعة متميزة . ومن الممكن أن تكون محفورة ورسمية كبطاقات دعوات الزواج ، أو تكون عادية وودية مكتوبة باليد وتتضمن رسماً كرتونيًا . ويحدد نوع الاجتماع والأشخاص المتوقع حضورهم درجة الرسمية المطلوبة .

من الممكن أن يقوم شخص محدد بالدعوة للمشاركة في الاجتماع . وقد يكون ذلك الشخص خبيراً مشهوراً فى موضوع الاجتماع ، أو متحدثًا رئيسيًا فى الاجتماع ، أو شخصية مشهورة . ويرحب المحافظون عادة بدعوة المؤتمرين لمدنهم ، كما يرحب الحكام بدعوة السياح والوفود التجارية .

– **النشرات التعريفية (Bruchures)** : وهى تعطى كل المعلومات الهامة عن الاجتماع وتعتبر مادة أساسية لتسويقه . ويجب أن تحوى هذه النشرات نبذة عن البرنامج ونبذة عن المتحدثين الرئيسيين . وأوقات الافتتاح والاختتام ومعلومات التسجيل ومعلومات عن مقر الاجتماع وترتيبات المواصلات . ومن الممكن أن تكون هذه النشرات مكونة من عدة أوراق مطبوعة بأربعة الوان ، أو أن تكون بسيطة . ومن الممكن أن تحوى النشرة بطاقة التسجيل فى الاجتماع .

يجب التأكيد والإعلام عن جاذبية المكان الذى سيعقد فيه الاجتماع بإرفاق مطبوعات عنه مع بطاقات الدعوة . وبالتأكيد فإن مكاتب الولاية السياحية ومكاتب المؤتمرات والزوار والغرف التجارية ستكون أكثر من مسرورة بتزويد مخطط الاجتماع بالمنشورات التى تبرز الأماكن السياحية فى المدينة .

– **المطويات** : وهى عبارة عن ورقة أو أوراق مطبوعة أو مصورة تكون مصممة لإرسالها بعد طيها إلى المشاركين المحتملين بدون تكاليف ظروف . ولكون المطويات قليلة التكلفة فيمكن استخدامها أيضًا كمرفقات فى البريد المعتاد ، أو من الممكن إرسالها بكميات كبيرة توضع حيث يراها الأشخاص المحتمل مشاركتهم .

– **نماذج الحجز للاجتماع وللفندق** : يجب إرسالها كجزء من الرزمة التسويقية . ويمثل نموذج الحجز للاجتماع أداة تسويق فعالة . وهو المادة التسويقية المطبوعة الوحيدة للعديد من الاجتماعات . وسيتم مناقشة معلومات التسجيل فى الفصل الثامن .

يبلغ مستلمو نماذج التسجيل بإعادتها إلى مخطط الاجتماع . ويمكن أن يكون النموذج بطاقة بريدية (يوضع عليها طابع بريدي) أو جزءاً ينزع من النشرة التعريفية ، أو غالباً ما يكون نموذجاً مستقلاً يعاد فى ظرف مع مبلغ رسم التسجيل .

عادة ما تمنح المنظمة خصماً فى حالة دفع رسوم التسجيل فى وقت محدد . وهذا يوفر نوعاً من الحث للمستلم لاتخاذ قرار سريع بشأن الحضور ، كما يساعد مخطط الاجتماع على إعطاء ضمانات وقتية للفندق فيما يخص الوجبات والترتيبات .

وعادة ما يوفر الفندق نماذج الحجز الخاصة به لبعثها مع مواد التسجيل ، حيث يطلب من الشخص إعادتها إلى الفندق مباشرة . ثم تقوم إدارة الحجز فى الفندق بحصر عدد الذين أعادوا نماذج الحجز وتبلغ مخطط الاجتماع بذلك .

– **مواد ترويج المبيعات** : وتسمى أحياناً بالهدايا . وهى تجذب انتباه الأشخاص المحتمل حضورهم . ويتم طلب كميات كبيرة من الأقلام وأقلام الرصاص والقبعات والتقاويم وورق اللعب وميداليات المفاتيح ومئات الأشياء الأخرى ثم يتم إرسالها ، وتعلن هذه المواد اسم راعي الاجتماع وشعار الاجتماع وتاريخ ومكان انعقاده ، وذلك عندما تسمح الميزانية ، وعندما تكون هناك حاجة لبذل كل جهد لزيادة عدد المشاركين .

ومن الممكن ربط الهدايا بشعار الاجتماع وتوجهه ، أو استخدامها لنقل طبيعة الاجتماع . إن إرفاق قصاصة من الورق الملون الذى يعلق فى الاحتفالات مع دعوة الاجتماع يعطي للمستلم انطباعاً بأن الاجتماع سيكون "احتفالاً" .

قامت إحدى الغرف التجارية مؤخراً بعقد حفل جمع تبرعات واستخدمت قرصاً بلاستيكياً يستخدم للعب (frisbee) مطبوعاً عليه معلومات عن الحفل ، كبطاقات دعوة . ومع أن هذا كان مكلفاً أكثر من الدعوات المحفورة على الورق فإن من المؤكد أن القرص قد جذب انتباه الجميع عندما سلم يدوياً للمسجلين فى قائمة المدعوين .

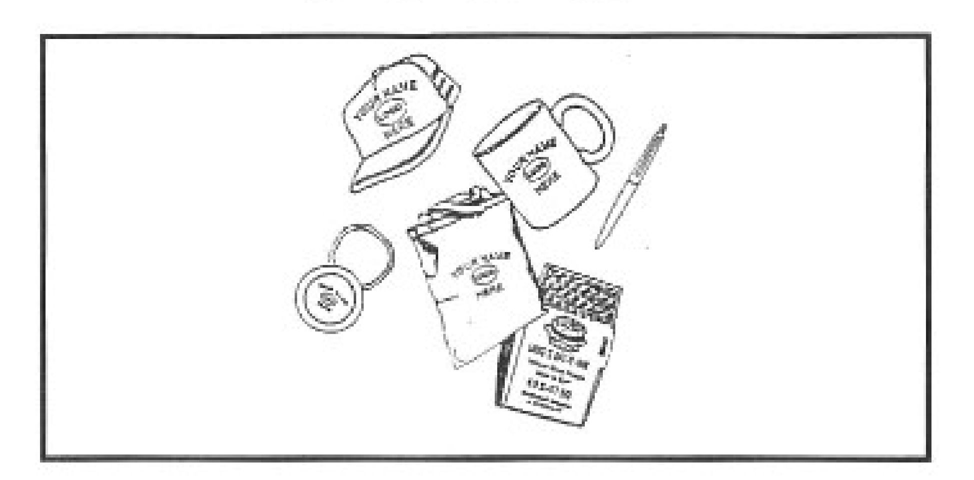
وكما ذكر فى الفصل الخامس فإن مكتب المؤتمرات والزوار ومنظمات التسويق عن بعد يكون لديها فى بعض الأحيان مواد دعائية تتبرع بها للمنظمات التى تعقد اجتماعاتها الهامة فى منطقتها . فقد تقدم نيوبورت فى ولاية رود آيلاند ميدالية مفاتيح على شكل قارب شراعى ، وقد تستخدم سياتل "إبرة فضائية" . كما قد يستخدم منتجع فى أعالي ولاية نيويورك كرسياً (على شكل سلسلة جبال أديرونداك) . وقد تقوم منظمة التسويق عن بعد بشراء والتبرع ببعض الهدايا كجزء من ترتيباتها الترويجية مع المنظمة راعية الاجتماع .

وهناك هدايا ترويجية أخرى يمكن أن تقدم من قبل الفندق ، كعلب الكبريت ، والمناديل ، والأقلام ، والأوراق ، ونسخ مصغرة من قوائم الطعام ، ويكون مطبوعاً عليها

جميعاً اسم الفندق . وهى أشياء توفرها معظم الفنادق وتسعد بتقديمها للنشاط التسويقى للاجتماع . إن إرفاق شيء من هذه المواد مع المواد التسويقية المرسلة قد يكون عملاً فعالاً . وتذكر أن كلاً من مقر عقد الاجتماع والمدينة التى يعقد فيها يستفيدون من استضافة الاجتماع ، مما يعنى أن طلب هذا النوع من المساعدة عمل معقول . ويظهر الشكل (٧-٢) عينات من الهدايا .



الشكل (٧-٢) عينات من الهدايا



الدعاية والإعلان :

من الوسائل المستخدمة للتسويق : الرسائل الاخبارية والمجلات والصحف . وهذه تحمل معلومات الاجتماع فى شكل إعلان مدفوع القيمة وفي شكل إعلام مجانى .

وعندما تريد منظمة أن تعلن عن اجتماعها يقوم مخطط الاجتماع بتحديد المطبوعات المرغوبة ويجمع معلومات عن تكلفة المساحة الإعلانية ، وتواريخ الإصدار ، وآخر المواعيد لاستقبال الإعلانات ، والمادة الفنية التى قد يحتاجها الإعلان . من الممكن أن يصمم الإعلان على شكل إعلان تستخدم فى تصميمه خطوط مختلفة . أو من الممكن أن يكون عملاً إبداعياً ملوناً من إنتاج شركة إعلانات .

الإعلام هو دعاية مجانية . وعندما تبرز مطبوعة معلومات عن اجتماع كخبر أو كمقال فإن الرغبة والمشاركة في الاجتماع ستزداد . ويمكن عمل "النشاط الإعلامي" عن طريق إرسال أخبار إلى المطبوعات المختلفة . ويقوم مخطط الاجتماع بتجميع قائمة بوسائل الإعلام المناسبة التي من المحتمل أن تنشر معلومات عن الاجتماع . ويمكن أن يعلن في مسابقة صحفية (مادة صحفية تقدم إلى الجريدة أو المجلة مسبقاً لكي تنشر في وقت تالٍ محدد) تاريخ ووقت الاجتماع واسم منظمة والمتحدثين الرئيسيين ، وملخص لمحتوى البرنامج .

وربما قامت المنظمة الراعية للاجتماع بنشر رسالتها الاخبارية أو مجلتها الخاصة . وإذا كانت الدعوة للاجتماع شاملة لجميع الأعضاء ، فيجب عمل إعلام مكثف عن الاجتماع في الرسالة الإخبارية أو المجلة .

وعادة ما ترحب المنظمات الأخرى التي تماثل أهدافها ومهماتها المنظمة الراعية للاجتماع بتسويق إعلان عنه أو نشر مقال في مطبوعاتها . وعند الرغبة في زيادة عدد الحضور للمؤتمر ، فإن اجتماعات توليد الأفكار (brainstorming) التي يعقدها الأشخاص المعنيون بالاجتماع تساعد في الخروج بأفكار إبداعية لتحديد المطبوعات التي يرسل بشأنها نشرة صحفية أو توضع على إعلان عن الاجتماع.

على سبيل المثال ربما رحبت جمعية مزارعي زهور النرجس الأمريكية بجمعية مزارعي زهور الخزامى الأمريكية لحضور مؤتمرها . وفي مقابل ذلك سيكون مزارعو الخزامى سعداء بأن يعلنوا عن المؤتمر القادم لمزارعي النرجس . وعلى نفس المنوال فإن اجتماعاً للصيادلة قد يجتذب مشاركين عن طريق وضع إعلانات في مجلات الجمعيات الطبية .

وتحفل مجلات إدارة الأعمال بالاعلانات والمواضيع التي تهم قراءها . وإذا كانت الجهة المنظمة للاجتماع لا تهدف إلى الربح فربما نشر إعلانها مجانياً .

الأحداث الترويجية :

قد يتم تسويق اجتماع قادم خلال اجتماع قائم . فعلى سبيل المثال إذا كان المؤتمر السنوي للعام القادم سيعقد في نيو أورليانز ، فربما أقيم حفل غداء خاص في اجتماع

هذه السنة للإعلان عنه . ومن المحتمل أن تقدم الغرفة التجارية بعض الهدايا وبالتأكيد نشرات تعريفية لذلك الغداء . ولتحريك شهية الحاضرين لنيو أورليانز فإنه من المحتمل أن تتضمن قائمة الطعام أكل كاجون (نوع من الأكل الصيني) أو طعاماً فرنسياً .

وقد تعتمد المنظمات الوطنية على مكاتبها المحلية أو فروعها لتسويق الاجتماعات العامة . ومن الممكن أن يرسل المكتب الرئيسي متحدثاً إلى منطقة محلية لتشجيع الحضور ، وربما تم إرسال مواد دعائية للمنظمات المحلية لتوزيعها .

هناك وسائل عديدة تستخدم لتسويق اجتماعات المستهلكين ، والتي هي حسب التعريف مفتوحة للجميع ، وهناك منها : المؤتمرات الصحفية ، وحفلات التعريف ، وقص الشريط . وهي تجتذب الإعلام والتصوير ، وتجتذب بدورها اهتمام العامة ، وتقوي الرغبة في حضور الحدث (الاجتماع).

ويقوم منظم الاجتماع بتنسيق وجدولة وتنظيم هذه النشاطات الترويجية . والهدف منها هو إعلام كل من يرغب في المعرفة عن الاجتماعات المستقبلية ، وأيضاً لزيادة عدد الحضور .

التسويق عن بعد :

قد تكفي مكالمة هاتفية كافية لإقناع شخص بأن يحضر اجتماعاً . خصوصاً إذا كان شخصاً مرموقاً في المنظمة ولم يرسل نموذج حجز الاجتماع . فإن مكالمة من أحد المسئولين عن الاجتماع ضرورية . وعند تنظيم اجتماع وطني أو إقليمي فإن محادثة المكاتب المحلية أو الفروع وسيلة نافعة للتسويق ، وكذلك لمعرفة عدد المندوبين الذي سيحضرون الاجتماع من تلك المناطق .

ويمكن أن يُجري هذه الاتصالات الهاتفية المسئولون أو المديرون أو العاملون المخصصون لذلك أو العاملون في المنظمة بشكل عام .

كما يمكن من جهة أخرى استئجار مسوقين هاتفيين محترفين للاتصال بالمشاركين المحتملين . ويجب على المخطط أن يوفر لهم نصوصاً دقيقة لما سيقولونه ، ويقدم لهم تدريباً على ذلك ، خاصة إذا كان سيتم قبول الحجز بالهاتف .

تصميم مواد التسويق :

يجب أن توصل مواد تسويق الاجتماع رسالة إلى المشاركين المحتملين بأن الاجتماع هام وبأن حضورهم أمر مرغوب .

ويجب أن يشمل تصميم المواد الترويجية شعاراً للاجتماع يتيح سرعة التعرف على الشركة أو المنتج . فمثلاً (آى بى إم) و (أميركا إيرلانز) و (شيراتون) و (كوكاكولا) هى نماذج لشركات لها شعارات عالمية معروفة .

وتتبنى كثير من الاجتماعات عبارة تلخص أهداف الاجتماع وتؤدى إلى الخروج بشعار للاجتماع . ويمكن أن تصاغ عبارة أهداف الاجتماع فى جملة قصيرة . وربما تقود الأشياء المعتادة إلى صياغة عبارة أهداف الاجتماع . فعلى سبيل المثال : المظلات الشمسية ، والتفاح ، والبطانيات ، وقارعات الأبواب ، والسكاكين الجيبية هى بعض الأشياء التى قد تقترح عبارات أهداف . كما يمكن استخدامها كهدايا لتسويق اجتماع . مثلاً قد تقود ميدالية مفاتيح مع مفتاح إلى الخروج بعبارة "فتح الباب للمستقبل" ، وورقة مقلدة لفئة (١٠٠) دولار قد توحى بـ "زيادة الأرباح" .

ويجب أن يكون شعار الاجتماع جزءاً رئيسياً فى جميع مواد الاجتماع . ويؤدى استخدام الشعار إلى استمرارية الأوراق المطبوعة وإلى إعطاء المنظمة صورة مميزة .

وعند تقييم مواد تسويقية يجب على مخطط الاجتماع أن يضع المعلومات التالية في ذهنه :

– **حروف الطباعة** : تتوفر أنواع جذابة من حروف الطباعة للرسائل والدعوات والنشرات التعريفية والمطويات ، وذلك بفضل النشر المكتبى وطابعات الليزر والصور الواضحة النظيفة الجاهزة للطباعة ، والتى بالإمكان إنتاجها فى كثير من المكاتب . وللمطبوعات التسويقية عليك اختيار حروف طباعة سهلة القراءة بحجم مناسب للقراءة المريحة ، واترك مساحات بيضاء في الورقة حتي لا تضغط المادة المطبوعة .

ويوضح الشكل (٧–٣) عينة لبعض الحروف الطباعية .

الشكل (٧-٣) نماذج من حروف الطباعة (بكلمات عربية)

أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً
نديم	إعلاني	جيزه
أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً	اهلا وسهلا
كوفي	مثلث	سيناء
أهلا وسهلا	أهلا وسهلا	أهلاً وسهلاً
فاطمي	ديواني	ذهب

- نوعية الورق : إن نوعية الورق الذى تطبع عليه المواد التسويقية يعطى انطباعًا عن درجة رسمية الاجتماع . فإذا كانت رسوم التسجيل لحلقة مدتها يومان هى (٥٠٠) دولار ، فإن الناس يتوقعون أن تطبع المادة على شيء أفضل من ورق التصوير العادى .

ويتم تقييم الورق حسب وزنه . فالورق الثقيل يعطى انطباعًا بأنه أحسن شكلاً وأغلى ثمناً ، وهو بالطبع كذلك . والحبر في أغلب الأحوال لا ينتشر على ورق ثقيل ، مما يجعله أكثر مناسبة للطباعة على الوجهين .

ولمعان الورق كذلك يعكس الجودة . فالورق اللماع ، والذي يسمى الورق المصقول ، يعطى لمعة تدل على الجودة والرقى ، وهو أغلى قليلاً من الورق غير المصقول .

وأيضًا ملمس الورق ، فالورق المجعد أو المحبوك يعطى انطباعاً بالجودة . ومع أن الورق المحبوك أغلى ، إلا أنه يكون فى بعض الأحيان هو الورق المناسب لنقل رسالة رقيقة عن جو ومستوى الفخامة المميز لبعض الاجتماعات .

- اللون : تعطى الألوان معانى وصورة عن الجو العام . فاللون الأصفر يوحى بالشمس والمرح ، والأحمر والأبيض والأزرق توحى بالوطنية (ألوان العلم الأمريكى)

واللون الخمرى والأزرق البحرى والبيج توحي بالصفاء ، ويجب أن يتناسب لون الورق ولون الحبر مع طبيعة الاجتماع ونوع المنظمة .

ويمكن تخفيف الحبر لإعطاء مظهر مختلف . فيمكن تخفيف الأحمر ليصبح بنفسجياً باهتاً. وتظهر الألوان المختلفة للورق الالوان المختلفة للحبر بدرجات مختلفة . ويجب أن يكمل كل منهما الآخر .

إن استخدام لون واحد من الحبر لا يزيد كثيراً فى تكلفة الطباعة ، وكذلك استخدام الورق الملون : وهذه البدائل غير المرتفعة التكلفة من الممكن أن تعطي شعوراً بالجودة أو لمسة من المرح لأى مواد دعائية لاجتماع . وتذكّر أن استخدام الصور بأربعة ألوان مكلف جداً . فتكلفة فصل الألوان والطباعة عالية . وقليلة هى المنظمات أو الشركات التى لديها ميزانيات تسويق تسمح بذلك .

وتذكر أن عمليات تجهيز المواد المطبوعة ، بدءاً من المسودة ومروراً باستلام العروض ، والصف التصويرى ، والطباعة والطى ، ووضعها فى المظاريف ووزنها وإرسالها بالبريد ، تأخذ العديد من الأسابيع . لذلك من الأفضل أن تبدأ بتحضير المواد المطبوعة قبل شهرين على الأقل من التاريخ المقرر إرسالها فيه بالبريد .

تكاليف التسويق :

إذا كان نجاح الاجتماع يقاس بعدد المشاركين ، فلا بد أن تكون لتكاليف التسويق حصة كبيرة في ميزانية الاجتماع . ولحسن الحظ فإن معظم تكاليف التسويق يمكن تقديرها بدقة . فالصحف والمجلات تنشر أسعار الإعلانات فيها . وتكاليف الطباعة من الممكن قياسها بدرجة كبيرة من الدقة . ولكن تكاليف النشاطات (الأحداث) التسويقية والتسويق الهاتفى ليست سهلة التحديد لأنها غالباً تعتمد على تكاليف العمالة .

ونظراً لأن جزءاً كبيراً من النشاط التسويقي يتضمن البريد المباشر ، فلا بد من حساب تكاليف الطوابع . ويجب على المخطط أن يحدد عدد الإرساليات البريدية المناسبة . وفيما يلى مثال على جدول ينظم ذلك :

المدة قبل الاجتماع	المادة
٥ أشهر	إعلان .
٤ أشهر	دعوة رسمية .
٣ أشهر	معلومات جغرافية عن الموقع ومعلومات عن الفندق .
شهران	مطوية تذكيرية .

ففى هذا المثال هناك أربع إرساليات بريدية للمشارك . تذكر أن وزن المادة المرسلة يؤثر على تكلفة الطوابع . فمثلاً كلفة إرسال نشرة تعريفية وعلبة ثقاب من الفندق وخريطة للمدينة أكثر من كلفة إرسال مطوية إعلان .

ويمكن تحقيق توفير كبير باستخدام البريد الأقل درجة (درجة ثالثة) بدلاً عن بريد الدرجة الأولى . ولإرسال البريد بالدرجة الثالثة فإن الأمر يحتاج إلى بعض العمل والتجهيز : لأنه لا بد من تصنيف الرسائل حسب الرمز البريدى ، ثم ربطها مع بعضها ووضع الملصقات عليها . ويمكن أن تقوم بهذه المهمة مكاتب متخصصة فى البريد من الدرجة الثالثة ولكن بمقابل . وتحصل المنظمات التى لا تهدف إلى الربح على تخفيض فى الطوابع ، ويحق لها استخدام الدرجة الثانية فى البريد والتى هى أكثر توفيراً . ويمكن أن تقدم مكاتب البريد المحلية النصيحة للمنظمات حول إرسال المواد بالبريد . ومن الممكن أن يُعلّموا المنظمات بعدد قطع البريد التى يحتاجونها ليمكنهم الإرسال بالدرجة الثالثة وطريقة تنظيمها .

ولحساب تكاليف البريد ، اضرب عدد القطع المرسلة فى قيمة الطوابع ، فعلى سبيل المثال لو كان هناك (١٠٠٠) عضو لجمعية ما ، وكانت التكلفة المطلوبة (١٩) سنتاً فى الدرجة الثالثة من البريد ، فإن تكلفة الإرسال ستكون (١٩٠) دولاراً .

يمكن شراء العديد من أنواع القوائم البريدية . فإذا كانت المنظمة التى تعقد الاجتماع تود أن تزيد عدد الأشخاص المدعوين ، فمن الممكن أن تقوم بشراء قائمة بريدية ثم ترسل الدعوات للأشخاص الواردة أسماؤهم وعناوينهم فى القائمة . وعلى

سبيل المثال فمن الممكن أن تقوم جمعية لبحوث الحاسب بشراء قائمة بريدية بالأساتذة الذين يدرسون الذكاء الصناعي لتتمكن من دعوتهم لاجتماعها .

وكما ذكر سابقاً فإن تكاليف الطباعة تختلف حسب نوعية الورق والحبر المستخدم ، فالورق الثقيل أغلى سعراً ، وأكثر تكلفة عند إرساله بالبريد من الورق الخفيف . وبالتأكيد فإن عدد الصفحات يؤثر في تكاليف الطباعة والبريد . كما أن الطباعة على وجهي الورقة تضاعف تكلفة الطباعة ولكنها تقلل عدد الصفحات ، ولهذا يقل الوزن وتكاليف البريد . والطي والتدبيس والتغليف تزيد كذلك من تكاليف الطباعة .

وكلما زاد عدد النسخ لمادة معينة انخفضت في العادة تكاليف طباعة النسخة الواحدة . فمثلاً : تكلفة طباعة (١٠٠٠) نسخة من مطوية على ورق وزنه (٦٠) رطلاً من النوع الأبيض الممتاز بلون واحد على وجه واحد من الورقة (٦٩) دولاراً تقريباً ، أي (٦٩) سنتاً للنسخة الواحدة ، بينما لو تم طبع (١٥٠٠) نسخة من نفس المطوية فإن التكاليف الكلية تكون (٨٧) دولاراً ، أي (٥٧) سنتاً لكل نسخة . انظر الجدول رقم (٧-١) الخاص بتكاليف الطباعة العادية لـ (١٠٠٠) نسخة من مطوية على وجه واحد من الورقة .

الجدول (٧-١) : مقارنة بين تكاليف الطباعة

لون الورق	وزن الورق	لون الحبر	التكلفة
أبيض	٦٠ رطلاً	أسود	٥٣.٤٢ دولاراً
أبيض	٦٠ رطلاً	أحمر	٦٩.٠٩ دولاراً
أزرق	٦٠ رطلاً	أسود	٥٥.٣٩ دولاراً
أزرق	٦٠ رطلاً	أحمر	٧١.٠٧ دولاراً
أبيض	٧٠ رطلاً	أسود	٥٦.٠٥ دولاراً
أزرق	٧٠ رطلاً	أسود	٦٣.١٨ دولاراً

تشمل تكاليف النشاطات الترويجية الدعوات والوجبات وتكاليف الغرف (أي بعبارة أخرى التكاليف المعتادة للاجتماعات) . وفي بعض الأحيان تتولى منظمة أو شركة رعاية النشاط الترويجي ، ولذلك فلا يتكلف راعي الاجتماع شيئاً .

كذلك تختلف تكلفة التسويق عن بعد إذا تم تكليف مسوق متخصص محترف لنشاط تسويقي كبير عن بعد ، فيجب أن يتوقع مخطط الاجتماع أنه سيكون هناك تكلفة لكل ساعات عمل بالإضافة إلى مكافأة إنجاز . وللتوفير ، فإنه يمكن تشغيل أعضاء المنظمة ليقوموا بإجراء المكالمات الهاتفية .

تذكر أن لكل اجتماع طريقة تسويقية مختلفة . وبإمكان المخطط استغلال إحدى الطرق المقترحة أو استخدامها كلها . وغالباً ما يكون المخطط مسئولاً عن تصميم الخطة التسويقية وتنظيم المادة التسويقية والإشراف على الجهود التسويقية . وفيما يلي نموذج تأشير تسويقي لمواد اجتماع .

نموذج تأشير تسويقي :

حدد الجمهور .

حدد جاذبية الاجتماع .

اختر وجدول طرقك التسويقية . قد تحتاج إلى ورقة إضافية لكل نشاط تم التخطيط له .

الدعاية :

اختر وسيلة إعلامية للإعلانات المدفوعة الثمن .

الوسيلة	تاريخ النشر	آخر موعد
....	....	....
....	....	....
....	....	....

الإعلام :

اختر وسيلة للإعلام والمسابقات الصحفية ، وأعد قائمة بالوسائل الإعلامية .

....

....

....

البريد المباشر :

المــواد	صممت	طبعت / أعيدت	تاريخ الإرسال
الرسائل			
الأوراق المكتبية			
الدعوات			
النشرات التسويقية / المطويات			
نماذج الحجز			
نماذج حجز الفندق			
مواد الفندق			
الهدايا			
نشرة خصم شركة الطيران			
نشرة خصم شركة تأجير السيارات			
مواد مكتب المؤتمرات والزوار			

النشاطات الترويجية :

النشاط المكان التاريخ

....

....

....

خطة التسويق عن بعد :

إلى التاريخ شئون الموظفين

....

....

....

نشاطات الفصل :

قم بتصميم خطة تسويق شاملة لاجتماع حقيقي أو تخيلي واملأ نموذج التأشير التسويقي . بإمكانك استخدام عينات معلومات الاجتماعات التالية لتحضير الخطة التسويقية ولاختيار المواد والأساليب . وضح أي نموذج رسالة ، أو مطوية ، أو نشرة تعريفية ، أو إعلان ، أو مسابقة صحفية تخطط لاستخدامها . بإمكانك استخدام رسومات مبدئية أو استخدام القص واللصق من المجلات .

تخطط جمعية مديري المدارس الثانوية التجارية المستقلة لعقد اجتماعها السنوى فى مدينة لاس فيجاس من ٢٦ - ٢٩ مارس ١٩٠٠٠ . وسيعقد الاجتماع فى فندق لاس فيجاس تريبل بالاس . ويبلغ مجموع الأعضاء (٦٠٠) عضو . وقد شارك فى اجتماع العام الماضى (٩٧) شخصاً من أنحاء البلاد .

من المواضيع التى سيتم التطرق لها الأنظمة الفيدرالية الجديدة المتعلقة بالأسبستوس فى المدارس ، والتأمين الصحي ، وخطط التقاعد ، والتأمين ، وإدارة المخاطر . وعلى الرغم من أهمية وجدية مواضيع الاجتماع ، فإن أغلب المشاركين يحضرون بغرض التواصل فيما بينهم . وخلال مدة الاجتماع (ثلاثة أيام) سيكون تناول الأكل فى المطاعم المحيطة . وهناك خطة لزيارة نادٍ فى الليلة الثانية . وقد تم اختيار عبارة (رعاية التعليم) كشعار للاجتماع .

وسيقوم عشرة عارضين من البنوك وشركات التأمين وشركات الخدمات الصحية بعرض منتجاتهم وخدماتهم . وكمخطط اجتماع ، فأنت تتطلع إلى أن تتجاوز أعداد الحضور هذه السنة أعدادهم فى العام الماضى . فحدد خطتك التسويقية المفضلة ، بما فيها الأساليب والتوقيت .

الفصل الثامن

التجهيزات الخاصة بالاجتماع

بعد الانتهاء من هذا الفصل ستكون قادراً على :

١ - تحديد أنواع التجهيزات (المواد) المطلوبة تمهيداً للاجتماع .

٢ - تقدير حجم المستلزمات المطلوبة .

٣ - اقتراح تصاميم للمواد المطبوعة .

تشاهد فى بعض الاجتماعات أو المعارض مشاركين يحملون أكياساً كبيرة مليئة بالمنشورات والكتيبات والمطويات ودعوات وإعلانات وقسائم ومواد أخرى ، بينما فى اجتماعات أخرى لا يحملون إلا برنامج اللقاء الذى لا يتعدى مقاسه (٨ × ١٢) سم ، بحيث يمكنهم وضعه فى جيوبهم أو حقائبهم التى يحملونها .

وإضافة إلى المطبوعات الدعائية هناك مطبوعات أخرى تجهز إما للتوزيع أو للاستخدام أثناء الاجتماع ، لذا يجب تجهيزها وتصميمها ، ونسخها ، وطباعتها ، وطلبها ومن ثم توزيعها . وعادة ما تجهز هذه الأشياء بواسطة الهيئة الخاصة بالتخطيط للاجتماع قبل بدئه ، غير أنه فى بعض الأحيان قد يستلزم الأمر تجهيز مطبوعات أثناء عقد الاجتماع .

وتتطلب كل الاجتماعات تقريباً نموذج تسجيل برنامج مطبوع خاص بالاجتماع . كما تتطلب أغلب الاجتماعات قائمة تسجيل الحضور حتى لو لم يكن لها حاجة إلا لأغراض محاسبية . وإذا كان المشاركون لا يعرفون بعضهم فسوف يكون من المفيد استخدام بطاقات تعريف . وإذا كان اللقاء أو المؤتمر يتضمن معرضاً تجارياً كبيراً ، فإنه يتعين إعداد قائمة لحصر المشاركين فى العرض والبائعين . وإذا كانت هناك حاجة لضبط عملية الدخول لبعض المناسبات الخاصة بالمؤتمر أو لحصر عدد وجبات الطعام ، فإنه ينبغى طبع بطاقات لهذه الأغراض ، وإذا كانت نشاطات المؤتمر تقام فى أماكن متعددة فإنه يجب تجهيز قائمة بالمواصلات لتوزيعها .

كما أن استخدام اللوحات الإرشادية سوف يضمن انتقال الناس من قاعات الطعام إلى قاعات المحاضرات بسهولة ويسر . ويوضح الفصل الثامن كيفية إعداد هذه المستلزمات المختلفة الخاصة بالمؤتمر .

نماذج التسجيل والحجز :

تعتبر هذه النماذج جزءًا من الإرسالية الإعلامية التى عادة ما ترسل ضمن مطبوعات ما قبل المؤتمر ، حيث إن الغرض من النموذج عند إرساله قبل المؤتمر هو حجز مكان للمشارك ، وعندما يبدأ المؤتمر فإن النموذج يساعد فى حصر عدد الحضور وعدد المقاعد والوجبات اللازمة لهم . كما أن هذه النماذج توفر أيضاً

معلومات للقائمين على المؤتمر ، وذلك بخصوص الخدمات المكملة مثل المواصلات خلال عقد المؤتمر . كذلك فعندما يقرر البعض المشاركة في المؤتمر في أول أيامه دون أن يكون لهم حجز سابق ، فإنه يجب توفير بطاقات تسجيل في الموقع المخصص للتسجيل (انظر الفصل التاسع للحصول على معلومات عن تنظيم الحجوزات والتسجيل) .

ما هى المعلومات المطلوبة فى نموذج الحجز الخاص بالمؤتمر ؟

تُطلب عادة البيانات التالية :

(١) الاسم بالكامل :

أحياناً يُستفسر في النموذج عن الطريقة التي يرغب المشارك أو المشاركة أن يظهر بها الاسم في بطاقة التعريف .

(٢) طبيعة المنظمة أو الحرفة الخاصة بالمشارك :

إذا كان الاجتماع للجمعية العمومية لشركة ما ، بحيث إن من يشارك فى الاجتماع يكون من نفس الشركة ، فلا داعي لأن يُطلب من المشارك تحديد اسم المؤسسة التي يعمل فيها على نموذج التسجيل . ونفس الشيء يقال لو كان الاجتماع خاصاً بمؤتمر سنوى لهواة زراعة نوع ما من الزهور ، فليس من الضرورى معرفة أسماء المؤسسات التي يعمل بها المشاركون أو طبيعة أعمالهم .

(٣) العنوان :

يطلب عادة عنوان العمل وعنوان المنزل إذا كان ذلك ضرورياً .

(٤) الهاتف :

يطلب رقم هاتف المنزل والعمل إضافة إلى أرقام الفاكس إذا كان ذلك مناسباً .

(٥) تواريخ الوصول والمغادرة :

تفيد هذه المعلومات في معرفة ما إذا كان المشارك سوف يحضر كافة نشاطات المؤتمر ، كما أنها تفيد أيضاً في عملية ترتيبات المواصلات .

(٦) الجلسات والوجبات التي يخطط المشارك لحضورها :

يمكن استخدام نموذج التسجيل كأداة لحجز مكان للمشارك في الاجتماعات الجانبية أو الجلسات التى يرغب فى حضورها . كما يوضح فى النموذج أيضاً ما إذا كان المشارك يرغب فى الاشتراك فى الوجبات الجماعية .

(٧) جنس المشارك أو مع من يرغب المشارك أن يبيت في الفندق :

تستخدم هذه المعلومات عن طريق الجهة منظمة للمؤتمر لتوزيع الفرق بناء على رغبة المشاركين . ويراعى أنه أحياناً يطلق الاسم الواحد على كلا النوعيين (الذكر والأنثى) . فيعرض بعض المشاركين مقدماً من سيشاركهم غرفة الإقامة . كما يسأل بعض المنظمين إذا كان المشارك يدخن أم لا .

(٨) طريقة الدفع :

قد يكون هناك رسم للتسجيل يكون الهدف منه حجز مكان للمشارك فى اللقاء . إلا أنه ليس لهذه المعلومة فائدة إذا كانت المنشأة التى ينتمى إليها المشارك ستتحمل النفقات . غير أنه فى معظم المؤتمرات التى تنظمها الجمعيات يدفع المشارك رسومه بنفسه ، إلا أن بعض أرباب الاعمال يتحملون مصاريف موظفيهم الذين يشاركون فى المؤتمر .

والمعلومات التى تخص طريقة الدفع تمثل عادة خانة (المبلغ مرفق) يؤشر عليها المشارك أو قد تكون خانة يوضح بها رقم بطاقة الائتمان ، وتاريخ انتهائها ، وتوقيع المشارك ، كما يمكن أن تساعد المعلومات الواضحة فى نموذج التسجيل فى الحصول على سجل بيانات كامل عن المشارك . إذاً ، فعندما تضاف للنموذج معلومات على شكل أسئلة ديموغرافية مثل : طبيعة عمل المنشأة ، عدد العاملين ، حتى الطعام والهوايات المفضلة ، فإنه يتكون لدى منظمى المؤتمر سجل بيانات متكامل عن المشارك .

ويبين الشكل رقم (٨-١) عينة لنموذج خاص بمؤتمر .

الشكل (٨-١) : عينة لنموذج تسجيل

مؤتمر (مكتب الغد)

تنظمه

جمعية التعليم التجارى

٩،٨،٧ يونيه ١٩ م

الاسم :

المؤسسة التى تنتمى إليها :

العنوان :

هاتف العمل : الفاكس : هاتف المنزل :

طريقة الدفع : ( ) بشيك ( ) نقداً ( ) غير ذلك ....

هل ستسكن فى الفندق؟ ( ) نعم ( ) لا

عدد الليالى :

جداول الأعمال / والبرامج :

إن الهدف من برنامج الاجتماع هو إرشاد الحاضرين لما سيحدث خلال الاجتماع ، فالبرنامج يوضح من بين ما يوضح الجلسات وأوقاتها ومواقعها . حتى فى الاجتماعات الصغيرة فإنه يتعين طباعة جدول أعمال للحاضرين . كما أن البرنامج يستخدم كأداة دعائية ، مما يدفع المنظمين إلى طباعة عدد كبير منها خلال مرحلة التخطيط للمؤتمر ، وهذه البرامج المبدئية قد تختلف بعض الشىء عن آخر برنامج يوزع خلال المؤتمر .

ويمكن أن يكون البرنامج بسيطًا وواضحًا على شكل صفحة مطبوعة توضح ثلاثة أنواع من المعلومات هى : ماذا ؟ ومتى ؟ وأين ؟ . فلو أخذنا جدول أعمال اجتماع جمعية عمومية فقد يوضح فقط تسلسل ما سيدور فى الاجتماع مثل : إقرار محضر

الاجتماع السابق ، ومناقشة تقارير اللجان والتقارير المالية ، وأمور قديمة أو أخرى استحدثت .

ومن ناحية أخرى ، قد يكون البرنامج مفصلاً للغاية . فقد يشتمل على صور ومعلومات شخصية خاصة بالمتحدثين . وقد يشتمل على مخطط للجلسات المختلفة وخلاصات عنها ، وملاحظات المتحدثين وأوراق خاصة لكل جلسة . كما أنه يمكن إعادة طبع بعض البحوث العلمية وإرفاقها بالبرنامج . ففى هذه الحالة يتعين على منظم المؤتمر أن يتصل بأصحاب تلك البحوث للحصول على الأوراق وإعادة طبعها لإصدارها فى كتب سير وتوصيات المؤتمر . ويمكن استخدام صفحات من البرنامج لأغراض دعائية تباع للراغبين .

وعادة ما يتم طباعة أسماء أصحاب المعروضات ومن يتولى رعاية المؤتمر أو بعض نشاطاته بشكل بارز فى دليل البرنامج وذلك من باب الإشادة بإسهاماتهم . لكن إذا كان هناك عدد كبير من العارضين والوكلاء فمن الأفضل استخدام قائمة منفصلة خاصة بهم .

وتحدد كمية المعلومات التى ستوضع داخل دليل البرنامج حجمه وطريقة تصميمه ، وبالتأكيد كلما زاد حجم المعلومات التى توضع داخل الدليل ، زاد حجمه . فإذا تضمن دليل البرنامج مقتطفات من كلمات المتحدثين ، وملحوظات ، وكتاباتهم ، وصورهم ، ومعلومات عنهم ، فسوف يصبح حجم الدليل بحجم الكتيب . لذلك فإن من ينظم المؤتمرات عادة ما يوفر للمشاركين ملفات ليضعوا بداخلها مطبوعات المؤتمر .

ويمكن إنتاج هذه الملفات خصيصاً لهذه المناسبة بحيث تحمل اسم المؤتمر وشعاره وتاريخ الانعقاد ومكانه ، وقد تسارع منظمة خارجية لتقديم هذا الملف مجاناً إذا سمح لها بأن تستخدم غلافه (الخارجى) للدعاية لها (الخارجى) مثل بعض الغرف التجارية .

وعلى منظم المؤتمر أن يتذكر أنه حتى لو كان دليل المؤتمر بسيطًا فى محتواه ، فإن استخدام شعار مميز وأوراقًا وحبراً ملونًا سوف يولد انطباعًا لدى المشاركين بأن هذا الحدث هو حدث مميز .

إن عدد الأدلة التي تطبع يعتمد طبعاً على عدد الحضور المتوقعين في المؤتمر ، لذا فعلى المنظم أن يأخذ في حسبانه عدد الذين سجلوا للحضور وعدد المتحدثين ، والضيوف الخاصين ، وموظفي الجهة الراعية ، وعدد الذين يُتوقع أن يسجلوا يوم الافتتاح ؛ لتحديد عدد الأدلة التي تطبع . وإذا كان الدليل سوف يستخدم كأداة دعائية ترسل بالبريد ، فيجب زيادة عدد الأدلة التي تطلب بحيث تكفي عدد المرسل إليهم بريدياً .

وعلى منظم المؤتمر أن يتوقع فقد البعض لنسختهم من الدليل ، كما أن الكثير يحتاجون إلى أكثر من نسخة من البرنامج ، فنسخة يرفقونها مع مطالبهم بالتعويض ، وأخرى ترفق مع أوراق مصلحة الضرائب . كما أن نسخاً من الدليل ترسل إلى بعض وسائل الإعلام ، وأحياناً ترسل نسخ لأناس لا يتوقع أن يشاركوا في اللقاء . لذلك فإنه يجب طباعة (١٠٪) على الأقل فوق العدد المقدر أصلاً .

بطاقات التعريف :

تعتبر عبارة (مرحباً .. اسمي هو) طريقة عالمية مستخدمة في بطاقات التعريف . إن استخدامها يضفي نوعاً من الانتماء ، حيث إن الناس يلتقون ببعضهم ويحيون بعضهم بعضاً داخل المصاعد ، وداخل قاعات المؤتمر العامة ، إذ إنهم يدركون عن طريق استخدامهم للبطاقة أنهم أتوا لحضور نفس الاجتماع .

كما يمكن استخدام بطاقات التعريف لتمييز بعض المشاركين في المؤتمر أو لتمييز بعض المتحدثين أو بعض الضيوف ، كما أن لكثير من المنظمات أعضاء عاديين وأعضاء مميزين ، وعن طريق استخدام الألوان أو عن طريق إضافة بعض الكلمات مثل (المتحدث فلان) أو (الضيف فلان) ، يمكن تمييز هؤلاء من أولئك .

وتستخدم بطاقة التعريف كإثبات على التسجيل الرسمي ، حيث إن من لا يضعها لا يسمح له بدخول الجلسات أو الوجبات ، وإضافة إلى ما سبق ، فإن بطاقات التعريف يمكن استخدامها لتقسيم المجموعة الكبيرة إلى مجموعات أصغر. فمثلاً يوجه المشاركون الذين تحمل بطاقاتهم إطاراً أصفر أن يذهبوا إلى الجلسة رقم (١) ، بينما يذهب الباقون للجلسة رقم (٢) ، كما أن استخدام الألوان برموز وأنماط معينة

يمكن أن يشير إلى تقسيم جغرافي معين أو نوع معين من العضوية داخل المنظمة ، أو صفة العضوية ، إلى جانب أشياء أخرى .

وتوجد فى محلات التجهيزات المكتبية بطاقات للتعريف تعرف أحياناً بـ (بطاقات مرحباً) أو بطاقات شبيهة لها. وهي مناسبة لاجتماع صغير أو غير رسمي . وهذا النوع من البطاقات قابل للصق ، وينفع لاستخدامه مرة واحدة فقط ، وعادة ما يكتب المشاركين أسماءهم على هذه البطاقات فى اليوم الذى يسجلون فيه . وقد يدونون - بالإضافة إلى ذلك - انتماءاتهم العملية أو طبيعة عملهم أو أى معلومات لها علاقة بالموضوع ، كل ما تحتاجه هنا لهذا النوع من البطاقات هو : عدد من هذه البطاقات ، وقلم للكتابة ، وسلة مهملات . ويتوفر في السوق كثير من أنواع بطاقات التعريف ، وأكثرها استخداماً عبارة عن جيوب بلاستيكية تدخل فيها بطاقة التعريف . وتأتي بعدها أنواع تستخدم وسائل تثبيت ، وأكثرها الدبابيس ، لكن الدبابيس تترك ثقوباً فى الثياب .

يوجد كذلك جيوب بلاستيكية مزودة بظهر ممتد مصمم لكي يكون داخل جيب الجاكيت ، ويستخدم هذا النوع غالبًا فى الاجتماعات الخاصة بالرجال حيث يرتدون سترات رسمية أو قمصانًا بها جيب صدرى ، غير أنه يفضل استخدام البطاقات ذات الجيوب البلاستيكية المزودة بمشبك له خاصية الدوران ، حيث يمكن ربطها بطوق العنق أو بالجيب ، إلا أن أغلب ما ترتديه النساء من الملابس لا يوجد فيه الجيب ولا ربطة العنق . لذا فإنه يتعين على منظمى المؤتمر توفير دبوس من الحجم المتوسط يمكن تثبيته على القماش ، ثم تشبك بطاقة التعريف بالدبوس .

وهناك أنواع شبيهة بالسلسلة أو رباط الحذاء الذي يشبه القلادة ، وهو مزود بخطاف أو مزلاج سهل الانزلاق يسمح بإدخال بطاقة التعريف وتثبيتها ، وبالإمكان طبع اسم شركة ما أو شعار المؤتمر على امتداد الخيط . غير أنه لسوء الحظ فإن استخدام بطاقة التعريف بهذه الطريقة تجعل الحبل يتأرجح بحرية مما يسبب انقلاب بطاقة التعريف بحيث تصبح معكوسة ، وأحيانًا تكون البطاقة متدلية كثيراً إلى أسفل مما يضطر المرء إلى الانحناء لكي يقرأها .

وأغلب الذين ينظمون المؤتمر يجهزون بطاقات مخصصة مطبوعة بحيث يمكن إدخالها في ماسك بطاقة التعريف . وفي هذه الحالة يمكن أن يكون اسم المؤتمر وشعاره وتاريخه مطبوعاً أصلاً على البطاقة . إلا أن استخدام بطاقات عادية مطبوع عليها اسم المنظمة فقط يمكن أن يساهم في تقليل النفقات ، حيث يمكن استخدام هذه البطاقات لمناسبات عديدة .

ويجب أن يتناسب حجم بطاقة التعريف مع الجيب البلاستيكي المخصص لها ، حيث إن لهذه الجيوب مقاسات متعددة . وإذا كان الحاسب سيستخدم لطباعة الأسماء فينبغي التأكد من أن حجم البطاقات يناسب الطابعة المستخدمة . وفي الغالب فإن الورقة في الحجم العادي تكفي لست أو ثماني بطاقات تعريفية ، كما أن بعض الطابعات تسمح باستخدام بطاقات التعريف المتصلة . على كل حال ومهما كان حجم البطاقة المتفق عليه ، فينبغي أن تكون الكتابة على البطاقة واضحة بحيث يمكن قراءتها من مسافة مناسبة .

وكما سبق ، فقد يقوم المشاركون بكتابة أسمائهم على البطاقات الخاصة بهم ، ولكن في الغالب تكون البطاقة قد جهزت مسبقًا ، حيث إن نموذج التسجيل يسأل من بين الأسئلة عن الكيفية التي يريد بها الناس كتابة أسمائهم على بطاقة التعريف .

وتسمح بعض برامج الحاسب بطباعة بطاقات التعاريف من بيانات يتلقاها الحاسب من المعلومات الخاصة بالتسجيل ، ويمكن إنجاز ذلك باستخدام أنواع خطوط عديدة وبمقاسات خطوط مختلفة ، ويستطيع البرنامج المسمى (وورد برفكت ٥.١) - على سبيل المثال - إنجاز مثل هذه الأعمال ، كما أنه يوجد برامج حاسب مصممة خصيصاً لعمل البطاقات أو اللوحات ، حيث يمكن شراء لواصق عادية وطباعتها باستخدام الحاسب ثم تلصق على بطاقة التعريف . إلا أن هذا العمل مضنٍ ويأخذ وقتًا طويلاً ، لذا فمن الأفضل الطباعة مباشرة على بطاقة التعريف نفسها .

ويمكن أيضًا طباعة الأسماء عن طريق الضغط على البلاستيك مباشرة ، وذلك باستخدام قطع بلاستيكية وجهاز مخصص يوجد في محلات التجهيزات المكتبية ، ويمكن أن تلصق هذه القطع البلاستيكية على بطاقة التعريف باستخدام الغراء ، إلا أن

الحروف تكون في الغالب غير واضحة عند استخدام هذه الطريقة . وقد يتم أيضاً استئجار خطاط أو رسام ليتولى كتابة الأسماء على البطاقات . إن على منظمي المؤتمرات أن يقوموا بتوفير عدد كاف من هذه البطاقات تغطي عدد الحضور بالإضافة إلى (٥٪) كاحتياطي . وعندما تبدأ نماذج التسجيل في الوصول عن طريق البريد فإنه يمكن بعدها تقرير ما إذا كان من الضروري تعديل رقم الطلبية الخاصة بالبطاقات ، ويجب توفير عدد إضافي أيضاً للذين لا يسجلون إلا عند بداية المؤتمر وللذين يفقدون بطاقاتهم .

قوائم المشاركين :

من أولويات ما يرغب المشاركون في المؤتمرات معرفته هو "من من معارفي يحضر هذا المؤتمر أيضاً ؟" إنهم يرغبون في معرفة ما اذا كان أصدقاؤهم ، أو معارفهم ، أو زملاؤهم في المهنة يشاركون أيضاً في هذا المؤتمر . وقد يكون أحد المشاركين قد قابل شخصاً في مؤتمر آخر ويرغب معرفة ما إذا كان هذا الشخص سيحضر هذا المؤتمر أيضاً . لذا فإن توفير قائمة تحتوي على أسماء المشاركين سوف يلبي هذا الاحتياج .

ويمكن ترتيب قائمة المشاركين هجائياً باستخدام الاسم الأخير . ويمكن أيضاً إضافة عنوان المنزل ورقم الهاتف . وحيث إن بعض المشاركين يرغبون في معرفة الشركات والمنظمات الممثلة في المؤتمر ، فيمكن إعداد قائمة بأسماء المنظمات مرتبة هجائياً ، ويضاف للاسم أيضاً اسم ممثل المنظمة الذي يحضر المؤتمر . وتفضل بعض المنظمات ترتيب المشاركين حسب الولاية أو المنطقة الجغرافية . أما قائمة المشاركين المعدة بشكل جيد فهي التي توفر مثل هذه المعلومات بأشكالها الثلاثة .

إن إعداد قائمة المشاركين أمر صعب لمنظمي المؤتمر : لأنه يجب إعدادها ونسخها وطباعتها في اللحظات الأخيرة التي تسبق بدء المؤتمر ، غير أن استخدام برامج معالجة الكلمات تسهل من هذه المهمة . حيث يمكن تحديث القوائم وطباعتها حسب الحاجة .

ويندر أن تكون قوائم المشاركين صحيحة بنسبة (١٠٠٪) ، فقد لا يحضر المؤتمر من سبق أن سجل للحضور لسبب أو لآخر . وقد يسجل عدد آخر في أول يوم من أيام

المؤتمر . وأحيانًا تعمد بعض الجمعيات إلى استبدال ممثلها أو من ينوب عنها في المؤتمر ، لذا فإنه لا يتم طباعة قائمة الحضور النهائية إلا قبيل بداية المؤتمر بأيام قليلة . وعندما يبدأ المؤتمر بالفعل ، قد يتم إعداد قائمة إضافية توضح الزيادات والنقص والتصحيحات التي طرأت . وتكون القائمة متوفرة لدى قسم التسجيل والمعلومات الخاص بالمؤتمر .

قوائم المتعهدين :

إذا كان المؤتمر يتضمن معرضًا كبيرًا أو عرضًا تجاريًا ، فإن أصحاب هذه المعارض يتوقعون أن تظهر أسماؤهم وأسماء مؤسساتهم بشكل بارز في دليل المؤتمر أو في قائمة منفصلة . وعادة ما يذكر رقم مظلة أو موقع العرض في القائمة الخاصة بالعارضين . وفي المعارض التجارية الكبيرة قد تعد مجلة كاملة تخصص لهذا الغرض بحيث تتضمن دعايات خاصة بالعارضين .

وإذا قام صاحب عرض بدفع قيمة حجز مكان له في المعرض ، أو إذا قدم أحد المتعهدين خدمة ما أو شيئًا خاصًا بالمؤتمر فإن لهما الحق في أن يتوقعا تخصيص حيز لهما داخل الدليل الخاص بالمؤتمر . لذا فإن على منظم المؤتمر أن يتحقق من الطريقة السليمة لكتابة هذه الأسماء في الدليل وأية معلومات أخرى تخص هؤلاء المشاركين ، ويقوم منظمو المؤتمر بتوزيع هذه القوائم في القسم الخاص بالتسجيل أو في مدخل مقر المعرض التجاري .

التذاكر والقسائم :

قد يتطلب الدخول لبعض الجلسات أو للمشاركة في الوجبات شيئًا من الضبط أكثر مما توفره بطاقات التعريف . لذا يتم طباعة بطاقات خاصة لمثل هذه المناسبات . ولأن بعض الوجبات أو النشاطات تكلف من الناحية المادية ، لذا فإنه يتعين بيع تذاكر تخصص لمثل هذه المناسبات . وقد تزيد تكلفة الشخص الواحد في وجبة الطعام على (٥٠) دولارًا .

لذا ينبغي ضبط مثل هذه الأمور بحيث لا يتمتع بها إلا من دفع بالفعل . وإذا كان هناك برنامج للأكل في أكثر من موقع ، أي أن المشاركين يزورون أكثر من مطعم ، فإنه ينبغي حصر عدد المشاركين بدقة متناهية : لأن منظمي المؤتمر يدفعون حسب الأعداد الفعلية التي تأكل في كل مطعم . وقد تكون بعض هناك جلسات مخصصة لبعض الأعضاء الذين يتميزون بوضع معين في المنظمة . فمثلاً قد يكون الموضوع قيد المناقشة سرياً ومن يحضر لا بد أن يمر عبر ضوابط أمنية معينة . لذا قد تطبع تذاكر لضمان أن من يدخل قد خضع لفحص أمني معين . وقد تتطلب رحلات التنزه أو الترفيه تذاكر أو قوائم معينة . أيضاً قد تُدعى الزوجة التي ترافق زوجها لحضور الأنشطة أو الوجبات . لذا فعليها أن تثبت أنها دعيت بالفعل لمثل هذه النشاطات . وأخيراً هناك من يدفع لكي يحضر بعض نشاطات المؤتمر ، لذا فقد تصرف لهم بعض البطاقات التي تخولهم دخول الجلسات أو النشاطات التي دفعوا لحضورها بالفعل .

أيضاً يمكن كتابة اسم النشاط مباشرة على القسيمة أو التذكرة الخاصة ، مثلاً (فطور ، الإثنين ١٦ أكتوبر) أو (رحلة المتحف ، الاربعاء ١٨ أكتوبر) ويتولى منظمو المؤتمر أو آخرون جمع هذه القسائم عندما يبدأ النشاط أو يبدأ تقديم الوجبة .

وتشترى البطاقات على شكل لفات ، وهناك بطاقات عديدة تناسب النشاطات المختلفة ، فمثلاً ، يمكن استخدام البطاقات ذات اللون الأزرق لوجبات الغداء ، وذات اللون الأحمر للوليمة التي تقدم في نهاية المؤتمر .

وإذا تخلل المؤتمر إجراء قرعة لأي سبب فإن مثل هذا النوع من البطاقات سيفيد في هذا الموضوع .

وقد يكون من الضروري قصر عدد الذين يحضرون بعض الوجبات أو الجلسات أو النشاطات على حد معين . ويجب توفير عدد إضافي من البطاقات حتى لو تم توزيع بطاقات لكل المشاركين : لأن بعضها سيفقد . لذا فإن قسم التسجيل يجب أن يكون لديه إجراءات معروفة للتحقق من أن الشخص الذي فقد بطاقات قد أعطي بالفعل بدلها ، وأن بالإمكان إصدار بطاقات بديلة .

الدعوات :

تصدر فى بعض الأحيان دعوات خاصة لبعض المشاركين فى المؤتمر لحضور مناسبات خاصة . وقد تكون هذه الدعوة الخاصة إما حفل استقبال لمجلس الإدارة ، أو سهرة ترحيبية خاصة بهم . وعادة ما تتكفل بتقديم الدعوات المنظمة الراعية للمؤتمر ، وإذا تولى الموظفون المعنيون بتنظيم المؤتمر موضوع الدعوات فإن الخيارات أمامهم كثيرة ، تتدرج من مجرد صورة مطبوعة إلي دعوة رسمية محفورة على البطاقة . ويجب أن يتولى قسم التسجيل الخاص بالمؤتمر عملية لتوزيع الدعوات بحيث يعطى قائمة بالمدعوين وتعليمات عن كيفية توزيع الدعوات إذا لم تكن قد وزعت مسبقاً .

اللوحات الإرشادية :

تفيد اللوحات الإرشادية إذ تدل الناس أنهم فى المكان الصحيح ، فإذا كان هناك عدة اجتماعات تعقد فى نفس الوقت ، فإن اللوحات الإرشادية تدل المشاركين على مواقع الجلسات والجهات المنظمة لها . وتوضع عادة لوحة في المدخل توضح طبيعة الاجتماعات التى ستعقد داخل البناية ، ورقم القاعة الخاصة بكل اجتماع .

يلزم وضع لوحة بارزة مكتوب عليها اسم المنظمة الداعية للاجتماع بحيث تدل المشارك على مكان التسجيل الخاص بالمنظمة . وتستخدم العديد من المنظمات أعلاماً تميزها وتدل عليها . وأحياناً توضع لوحة إرشادية خلف طاولة المتحدث أو الطاولة الرئيسية ، ويكون ذلك بمنزله دعاية إعلانية إضافة إلي كونه ناحية جمالية . وتستخدم اللوحات الإرشادية أيضاً للاجتماعات الصغيرة التى تنبثق من اجتماع كبير ، بحيث توضع لوحة إرشادية أمام مدخل الغرفة التى سيعقد بها الاجتماع المصغر . وإذا كان الاجتماع يدار بواسطة مجموعة من الأشخاص فمن المناسب كتابة أسماء الأعضاء المتحاورين على لوحات صغيرة توضع على الطاولة أمام كل واحد منهم .

وفى بعض النشاطات المتعلقة بالمؤتمر ، يتم تخصيص طاولات للمشاركين ويوضع أمام كل طاولة لوحة عليها رقم خاص بها ، كما قد تستخدم اللوحات أيضاً لتقسيم الجماعة الواحدة إلى عدة أقسام لتوضيح أين تجلس كل مجموعة ، وذلك إذا كانت

القاعة سوف تستخدم لاجتماعات فرق أو لجان صغيرة . وطريقة عمل هذا النوع من اللوحات سهلة ، حيث يستخدم ورق مقوى يوضع على حامل ، وأقلام ملونة للكتابة .

وفى المعارض العادية والمعارض التجارية تتولى المجموعة المنظمة توفير لوحات إرشادية عادية للعروض ، تكون فى الغالب ذات حجم وتصميم عادى جداً ، وإذا احتاج العارضون إلى لوحات لها تصميمات بارزة فإنهم يتولون هذه المهمة غالباً بأنفسهم .

وتجهز أغلب اللوحات الإرشادية بواسطة الموظفين المسئولين عن التخطيط للمؤتمر قبل بدايته ، ويجب أن يكون الشكل الذى يتم اختياره للوحات الإرشادية متماشياً مع نفس التصميم الذى تم اختياره للمطبوعات الدعائية ، والأدلة ، ولوحات الأسماء ، بحيث تتضمن نفس الشعار . ويفضل أن تحمل اللوحات الإرشادية نفس الرسوم الفنية التى استخدمت فى طباعة الدليل بعد أن يتم تكبيرها . إلا أنه يعاب على هذه الطريقة أنه بمجرد كتابة تاريخ وشعار المؤتمر على اللوحات الإرشادية ، فإنها تصبح عديمة الاستخدام بعد هذا التاريخ . لكن لو طبع اسم المنظمة فقط فإنه سيكون بالإمكان استخدام اللوحات الإرشادية مرات عديدة ، وهذه الطريقة ليست فعالة جداً فى إعطاء المشاركين معلومات دقيقة ووافية .

تقوم الجهة المسئولة عن المبنى غالباً بتوفير حوامل تعلق عليها اللوحات الإرشادية ، والمقاس المناسب للوحة التى تعلق على الحامل هو ٣٠ × ٥٠ سم . ويجب استخدام ورق من النوع المقوى على أن تبقى اللوحة فى وضع قائم باستمرار . وأنسب مكان توضع به اللوحات الإرشادية هو المدخل ، والمصاعد ، والدرج ، لكى تدل المشاركين إلى غرف الاجتماعات . ويمكن أيضاً وضع أسهم صغيرة لكى تدل على الاتجاه الصحيح .

ويوفر صانعو اللوحات الإرشادية نماذج عديدة منها مثلاً : البلاستيك ، والورق المقوى، والقماش ، والفلين ، وكذلك حروف خاصة لاتباع اللوحات ، ويستطيع الموظفون المشرفون على تنظيم المؤتمر إنتاج لوحات إرشادية لا بأس بها وغير مكلفة باستخدام أقلام ملونة ، أو حروف تشترى جاهزة للصف على اللوحة ، وكل هذه متوفرة فى محلات التجهيزات المكتبية . ويوجد لدى بعض المؤسسات أو المنظمات أجهزة مكتبية تمكنها من طباعة حروف كبيرة تناسب اللوحات الإرشادية .

مستلزمات أخرى :

– يمكن توفير حقيبة أو نحوها لحمل الأشياء فى المؤتمرات ، والعروض الصغيرة ، والمعارض التجارية ، حيث يتم توزيع عدد كبير من المطبوعات ، وتؤمن هذه عادة بواسطة المسئولين عن المعرض ، حيث يستخدمون الأكياس للدعاية . وقد يقومون أيضاً بتوزيع أقلام بأنواعها وأوراق للكتابة . لكن إذا كانت المواد المطبوعة قليلة فقد يكفى ملف به جيوب جانبية ، حيث يكفى لحمل برنامج المؤتمر والدعوات والأوراق التى توزع ، أما المواد التى يحصلون عليها أثناء المؤتمر فيمكن وضعها داخل الملف .

– يجب تجهيز نماذج تقييم تستخدم خلال المؤتمر ، ويتم استخدامها للجلسات الفردية أو للمؤتمر بكاملة .

– قد تكون هناك حاجة لبطاقات أسماء لتحديد الأماكن أثناء وجبات الطعام . وقد تستخدم هذه لكل المدعوين أو لأولئك الذين يجلسون فى الطاولات الرئيسية . وتحمل هذه البطاقات عادة شعار المؤتمر ، أما الاسم فيكتب لاحقاً باليد . ولإضافة نوع من الفخامة للوجبة الرسمية ، فإنه يتم عادة وضع قائمة الطعام فوق كل طاولة .

– وبالنسبة للمؤتمرات التى لا يتخللها وجبات طعام ، فمن المفيد توفير قائمة بأسماء المطاعم المجاورة لمقر المؤتمر ، وقد تحتوى القائمة على توصيات منظمى المؤتمر بالنسبة للمطاعم المفضلة عن غيرها . كما يمكن أخذ الموافقة لتقديم قائمة تحتوى على خدمات الرحلات .

وقد ترغب بعض المطاعم فى تقديم كوبونات (قسائم تخفيض) يستخدمها المشاركون فى المؤتمر فى هذه المطاعم ، كما قد يرغب أصحاب المعروضات فى المعرض التجارى فى توفير بعض المواد المطبوعة الخاصة بمعروضاتهم ، وهذه لا تدخل ضمن مسئولية منظمى المؤتمر ، ولكن عليهم فقط تنظيم عمليات توزيعها .

– فى المؤتمرات التى تعقد فى عدة مبانٍ ، هناك حاجة لخريطة خاصة بالمدينة توضح أماكن الفنادق التى يستخدمها المشاركون ومقر المؤتمر . وهناك أيضاً حاجة لمخطط توضيحى يبين موقع الفندق الذى يعقد فيه اللقاء ، والقاعات المستخدمة .

– تُصْدر بعض المؤتمرات الكبيرة صحيفة يومية تهدف إلى تقديم معلومات عن المؤتمر للمشاركين فيه ، والتغييرات التى تحدث ... إلخ . وهذا يتطلب موظفين متخصصين ، ومكانًا يخصص لهم ، وترتيبات لطباعة الصحيفة . كما يجب الاتفاق على طريقة توزيع الصحيفة ، وقد يقوم الفندق بوضع الصحيفة فى الصناديق الخاصة بالمشاركين ، إلا أن ذلك قد يتطلب دفع بعض الرسوم للفندق .

– قد يعطى بعض المشاركين هدايا دعائية ، وهذا يعتمد بطبيعة الحال على طبيعة المؤتمر. فمثلاً فى اللقاء الخاص بحكام الولايات المتحدة الأمريكية ، تحاول كل ولاية التميز على الأخرى فى المنتجات التى توزعها على المشاركين فى هذا اللقاء ، ومن بين الاشياء التى توزع : اللوز من ولاية جورجيا ، ومربى الخوخ من ولاية جنوب كارولينا ، والصلصة الحارة من ولاية لويزيانا .

كما أن المرشحين فى التجمعات السياسية (فى الغرب) قد يوزعون قبعات أو أزراراً على مؤيديهم . وقد تقوم بعض المعارض التجارية بتوزيع عينات من منتجاتها .

– إذا أعطى المشارك بالفعل واحداً من كل الأشياء التى تحدثنا عنها آنفًا فإنه لا شك سوف يكون مثقلاً بالأحمال . ولا ينبغى أن يعود المشارك إلى منزله وهو يعانى نتيجة حمل هذه الأشياء ، لذا فإن اخر شىء يمكن أن يقدمه منظم المؤتمر هو صندوق ليتمكن المشاركون من إرسال هذه الأحمال عن طريق البريد ، سواء قدمت هذه الخدمة بالمجان أو مقابل أجر معين . وتحتاج هذه الخدمة إلى صندوق من الورق المقوى وإلى ملصقات يكتب عليها العنوان ، بحيث يستطيع المشاركون وضع أمتعتهم داخل الصندوق وكتابة عنوانهم عليه ، وعادة ما يصل الصندوق إلى الوجهة المطلوبة قبل وصول صاحبه . إن تقديم مثل هذه الخدمة يولد انطباعاً حسناً لدى المشاركين فى المؤتمر .

التكاليف :

تعتبر الآلة الكاتبة ، وآلة التصوير ، والأفلام الملونة ، وورق الآلة من الأشياء الأساسية اللازمة للمؤتمر ، كما أن الرسومات البيانية المصممة بواسطة الحاسب ، وآلة التصوير المزودة بإمكانية التكبير ، والإمكانيات التقنية والورق الملون ، وأوراق

الإستنسيل ، كل ذلك يعطى المسئولين عن تنظيم المؤتمر القدرة على إنتاج مواد خاصة بالمؤتمر أكثر جاذبية ، وتوفير ميزانية بها بنود مخصصة للطباعة ، والإنتاج الفنى ، وللعاملين فيه ، سوف يتيح إمكانية إنتاج مواد فنية جيدة خاصة بالمؤتمر ، مما يساهم بطبيعة الحال فى إنجاح المؤتمر .

وكما ذكرنا فى الفصل السابع ، فإن الأوراق والأحبار الملونة ، وحجم الأشياء المطبوعة ، وعدد صفحاتها ، وتوزيعها ، وجودة الورق ، وعدد الثنيات ، والمعالجات الخاصة تؤثر فى تكلفة الطباعة .

على منظم المؤتمر أن يجد من يستطيع أن يتحمل مثل هذه المصاريف ويتكفل بدفعها ، إذا كان ذلك ممكناً . وقد ترغب شركة ما فى تحمل تكاليف طباعة الدليل إذا كانت تستطيع أن تستخدم الغلاف الخلفى للدليل فى دعاية تخصها ، كما يمكن تصنيع ملفات أو حقائب لحمل الأشياء ويكتب عليها اسم صانعها لتكون بمنزلة دعاية له ، وقد تكون مثل هذه الترتيبات مناسبة لتحمل النفقات فى بعض المناسبات ، وقد تكون عكس ذلك فى مناسبات أخرى . فليس من الحكمة – مثلاً – أن يدعَم اجتماع منظمة ما من قبل جهة تتعارض سياساتها مع سياسات تلك المنظمة ، فلا يصح أن تدعم شركة متورطة فى أعمال ضد البيئة مثلاً ، منظمة هدفها متابعة الأمور البيئية : لأن المشاركين فى المؤتمر سوف يشعرون بنوع من العرفان للجهة التى تقدم دعماً للمؤتمر . لذا ينبغى مناقشة مثل هذا الدعم مع الجهة الداعمة لتوضيح مدى تأثيره على سياسات المنظمة .

إن على منظم المؤتمر أن يحدد مواعيد معينة لإنتاج المواد الخاصة بالاجتماع ، مثلاً : ستة أشهر ، أو ثلاثة ، أو شهراً قبل بدء المؤتمر . وتستخدم القائمة التالية كأداة المنظم من خلالها متابعة عملية إنتاج واستلام المواد المطبوعة الخاصة بالمؤتمر ، كما أنها تستخدم أيضاً كقائمة للإرسال والترميز البريدى .

قائمة مستلزمات المؤتمر :

ضع التاريخ الذى يجب أن تنجز قبله هذه الأشياء :

البند	العدد المطلوب	طريقة التوزيع	التصميم	طريقة الطباعة	تاريخ الإنجاز الفعلى
نماذج التسجيل/ الحجز					
البرنامج/ جدول الأعمال					
بطاقات التعريف					
بطاقات الأسماء					
قائمة المشاركين					
قائمة المشاركين فى المعرض التجارى					
تذاكر/ القائم					
الدعوات					
لنا/ دفتر الملاحظات					
اللوحات الإرشادية					
المواد التى توزع					
نماذج التقييم					

المستلزمات المهداة	هل تم الحصول عليها؟	طريقة توزيعها
نماذج تسجيل من الصندوق		
منشورات خاصة بالمدينة		
قسائم تخفيض		

نشاطات الفصل :

١ – من المتوقع أن يعقد مؤتمر حقيقي (خيالى) من ١٥-١٩ سبتمبر هذا العام .

قم بإعداد الجدول الخاص بتجهيز المستلزمات الخاصة بهذا الاجتماع .

٢ – قم بزيارة دور الطباعة التى تقع فى الحى الذى تقطنه ثم اكتب مواصفات مثل (عدد الصفحات ، لون الصفحات ، ولون الحبر ، عدد النسخ) لدليل مؤتمر حقيقي أو خيالى ، ثم قارن بين أسعار اثنتين من دور الطباعة .

الفصل التاسع

الحجز والتسجيل وخدمات المشاركين

بعد الانتهاء من هذا الفصل سوف تصبح قادراً على :-

١ - إنهاء إجراءات الحجوزات الخاصة بمؤتمر ما ، وتنسيق حجوزات القاعات مع إدارة المبنى الذي سوف يعقد به المؤتمر .

٢ - تصميم وتجهيز طاولة التسجيل «قسم التسجيل» .

٣ - تجهيز وإدارة جناح لاستقبال كبار الضيوف .

٤ - تجهيز خدمات للمشاركين في اللقاء مثل قسم للمعلومات وتبادل الرسائل ومكتب للتنسيق .

تعتبر عملية تنظيم اللقاءات مثل لعبة الأرقام ، سواء توقع المرء تواجد (٨) لاعبين في طاولتين مخصصتين للعبة الورق المسماة « بريدج » ، أو توقع تسجيل (١٠٠.٠٠٠) من الرجال والنساء والأطفال الذين يحضرون معرضاً للإلكترونيات . إننا لا نستطيع معرفة الأرقام المتوقعة إلا عن طريق الحجز والتسجيل . إن معرفة الأعداد المتوقعة ضرورية لعملية تنظيم الجلوس فى قاعات الاجتماعات ، وللطلبيات الخاصة بالوجبات ، ولعملية ضبط الأعداد والتحكم فيها داخل المعرض . إن الكابوس الذى قد يتعرض له منظم اللقاء هو تسبب الجو السيئ فى إغلاق مطار ما ، مع ما ينتج عن ذلك من تأخر وصول المشاركين أو عدم حضورهم . أو أن يحضر وجبة طعام أعداد أكبر مما هو متوقع فى اللقاءات . ويستخدم دائماً مصطلحا الحجز والتسجيل . حيث إن التسجيل فى اللقاء هو أساساً بمنزلة حجز لحيز فى الاجتماع ، أى أن من يسجل مثل الشخص الذى يتصل ليضمن مكانًا له . لذلك فإن الفنادق تستخدم كلاً من بطاقة الحجز لحجز مكان ما ، وبطاقة التسجيل لإنهاء إجراءات الضيوف عند وصولهم للمقر .

حجوزات المقر ، وعمليات التسجيل :

عند اختيار مقر اللقاء يقوم المنظمون بتقدير عدد القاعات المطلوبة للاجتماع . وعليه ، فقد تقوم إدارة المقر الذى وقع عليه الاختيار بحجز القاعات المطلوبة خلال المدة المقررة . كما يتم تحديد وقت إعادة تسليم القاعات لإدارة المقر ، ويتم أيضاً تحديد الوقت الذى يسمح خلاله بالحصول على تخفيض للمشاركين فى اللقاء .

نشاطات ما قبل اللقاء :

بالنسبة للاجتماعات التجارية التى يعتبر حضورها إلزامياً ، يستطيع منظم اللقاء عمل كافة الحجوزات الخاصة بغرف الإقامة الخاصة بالمشاركين ، ويستطيع فى هذه الحالة أن يحدد لإدارة الفندق عدد الغرف المطلوبة ونوعها ، وقد يستطيع المنظم أيضاً تحديد طريقة توزيع المشاركين على الغرف المحجوزة ويقدم للفندق قائمة مكتوبة بذلك ، وعند ذلك تستطيع إدارة الفندق تخصيص أرقام الغرف المطلوبة .

وإذا كانت الجهة المنظمة للقاء سوف تتحمل نفقات غرف الفندق ، سواء لكافة المشاركين أو للمتحدثين ولكبار الضيوف ، فإنه يتعين على منظمى اللقاء أن

يتفاوضوا مع إدارة الفندق بخصوص عملية الغاء الحجوزات وإعادة المبالغ المدفوعة فى العقد الموقع ، وعادة ما يقوم منظم الاجتماع بعملية اختيار الغرف أيضاً . وسوف تظهر هذه المصاريف فى الحساب النهائى الخاص بالاجتماع بأكمله .

غير أن ما يحدث في أغلب الاجتماعات هو أن يقوم المشاركون بعملية حجز الغرف بأنفسهم ، حيث يوفر الفندق بطاقة حجز ترسل للمشاركين الذين يقومون بدورهم بإعادتها للفندق مباشرة . ويتوفر لدى بعض الفنادق الكبيرة إمكانية الاتصال بأحد فروعها بالمجان ، حيث يقوم المشاركون بعمل الحجوزات اللازمة عن طريق الهاتف .

وتعطي الفنادق عادة رقم حجز أو رقم تأكيد حجز للذين يتصلون لطلب حجوزات ، ويمكن استخدام هذه الأرقام عندما يتصل المشارك لمتابعة عملية حجزه . وتطلب أغلب الفنادق ضماناً إذا كان المشارك سيصل متأخراً ، مثلاً بعد الرابعة أو السادسة مساءً ؟ والضمان المطلوب هو قيمة الغرفة لليلة واحدة ، وعادة ما يدفع هذا الضمان باستخدام بطاقة الائتمان . ويبين الشكل رقم (٩-١) نموذجاً لبطاقة حجز فى فندق .

الشكل (٩-١) : مثال على بطاقة حجز فندق

بطاقة حجز

الوصول : .... رقم الحجز : ....

المغادرة : .... تاريخ الحجز : ....

عدد الضيوف : .... بواسطة : ....

نوع الغرفة : .... موظف الحجز : ....

التعريفة : .... مؤكد : ....

مضمون : ....

الاسم : ....

العنوان : ....

الشركة : ....

رقم هاتف العمل : ....رقم هاتف المنزل ....

طريقة الدفع : ....

نشاطات داخل الموقع :

فى أغلب اللقاءات يقوم المشاركون باستلام الغرف الخاصة بهم من قسم الاستقبال فى الفندق ، حيث يقوم الموظف بالتأكد من وجود الحجز ، ثم يُطلب من المشارك أن يملأ بطاقة تسجيل موجودة فى الفندق ، ويتأكد الموظف من طريقة الدفع لدى المشارك ، ويجب إبلاغ قسم الاستقبال إذا كان أحد المتحدثين أو أى شخص آخر سيحصل على غرفة بالمجان .

بعد ذلك يُعطي المشارك مفتاحًا خاصًا بالغرفة . وفى خلال هذا الوقت يوجه المشارك إلى طاولة التسجيل الخاصة باللقاء ، وفى بعض الأحيان يقوم قسم الاستقبال فى الفندق بتوزيع مواد مطبوعة خاصة بالاجتماع لكل من يأتى ويستلم غرفة من المشاركين .

وعادةً ، يبدأ المشاركون فى الوصول للاجتماع خلال الساعات الأربع التى تسبق أول جلسة خاصة بالاجتماع ، ونتيجة لذلك فإن قسم الاستقبال الخاص بالفندق سوف يكون مشغولاً ومزدحماً . لذلك تقوم بعض الفنادق – خصوصاً فى الاجتماعات الكبيرة – بتجهيز طاولة إضافية تُخصص لخدمة المشاركين فى مؤتمر ما ؛ حيث لا يحبذ الفندق أن يقدم خدمات للمشاركين فى اللقاء على حساب ضيوفه الآخرين .

وفى بعض الأحيان يقوم منظم المؤتمر بمساعدة الفندق فى عملية التسجيل ، حيث يقوم الفندق بتخصيص عدد معين من الغرف ، ويعطي المنظم للمؤتمر نماذج خاصة ومفاتيح للغرف ، والذى بدوره يقوم بتوزيع بطاقات التسجيل فى الفندق ، وبطاقات التسجيل فى المؤتمر ، إذا لم تكن هذه قد أنجزت مسبقًا . وقد يُستخدم نموذج واحد للتسجيل فى الاجتماع وفى الفندق ، غير أن أغلب الفنادق تفضل استخدام النماذج الخاصة بها لحجز غرفها .

الحجوزات وعمليات التسجيل الخاصة بالاجتماع :

توفر بطاقة التسجيل معلومات قيمة لمنظم الاجتماع . فعلى سبيل المثال ، يساعد معرفة وقت وصول أحد المشاركين فى المطار فى ترتيب المواصلات من المطار إلى مبنى الاجتماع . وقد تحتوى البطاقة على معلومات عن الجلسات التى ينوى المشارك

حضورها ، وهذا يمكّن المنظم من إبلاغ المسئولين فى المبنى بعدد الكراسى التى توضع فى غرفة الاجتماع ، وعدد وجبات الطعام ، وعدد حافلات النقل اللازمة .

تُرسل بطاقة التسجيل عادة مع المواد المطبوعة الخاصة بالاجتماع لكل من يتوقع مشاركة (انظر النموذج رقم ٩-١) ، وتعاد البطاقات إلى منظمى الاجتماع . وقد يرسل للمشارك إشعار أو تأكيد باستلام بطاقته ، إذ إن أغلب الناس يرغبون فى الحصول على إشعار يؤكد تسجيلهم فى المؤتمر ، ويؤكد أن ما دفعوه قد تم استلامه . وقد ترسل للمشارك فى هذه الأثناء رزمة بريدية تحتوى على معلومات عن برنامج الاجتماع ، ومعلومات عن الطرق العديدة للوصول للمقر ، ومنشور أو كتيب عن المدينة ، وأى معلومات أخرى لها علاقة بذلك . وقد يرسل له رسالة تتضمن العبارة التالية : «أحضر هذه الرسالة معك ؛ لأنها بمنزلة تأكيد الحجز الخاص بك » .

ولا يستبعد أن يطلب راعى الاجتماع دفع كامل الرسوم الخاصة بحضور الاجتماع أو جزء معين منها قبل بداية الاجتماع بفترة . وعادة ما تكون رسوم التسجيل أقل إذا دفعت خلال فترة زمنية معينة . فمثلاً ، تبلغ تكلفة التسجيل للاجتماع الذى سيعقد فى منتصف مارس (١٠٠٠) دولار إذا دفعت قبل نهاية شهر يناير ، و (١٢٠٠) إذا دفعت خلال شهر فبراير . وتعتبر رسوم التسجيل سيولة يستخدمها منظم الاجتماع لدفع أجور العاملين لديه ولمواجهة تكاليف تجهيز المطبوعات الخاصة بالاجتماع .

ولا ترسل بطاقات التسجيل عادةً عندما تكون أسماء وأعداد المشاركين فى الإجتماع معروفة ومؤكدة ، كما أنه لا يكون هناك رسوم تسجيل للاجتماع التجارى ؛ حيث يكون الحضور إلزامياً .

إن تحديد طريقة الدفع أمر مهم بالنسبة لعملية التسجيل . إذ يجب أن تودع الشيكات ، ويجب أيضاً أن تنهى إجراءات ختم بطاقات الائتمان وترسل للشركة المصدرة للبطاقة ، وترسل الفواتير الخاصة بالطلبات التى تم شراؤها ، كما يجب تحديد سياسة خاصة بإجراءات الدفع الأجل .

وكما ذُكر فى الفصل السابع ، فإنه يمكن إدخال البيانات الخاصة بالحجز فى الحاسب الآلى ، الذى يمكن استخدامه فيما بعد لطباعة قائمة الحاضرين وبطاقات

الأسماء الخاصة بهم . أما بطاقة الحجز ذاتها فيجب ترتيبها هجائياً أو جغرافياً .

تقوم بعض الشركات بالتعاقد مع بعض الجهات لتولي الحجوزات الخاصة بالاجتماعات . وهذه الجهات لديها إمكانية استقبال الحجوزات عن طريق البريد الإلكتروني أو أجهزة الناسوخ ، أو أرقام الهواتف المجانية ، كما أنه يتوفر لديها حاسبات معقدة لها القدرة على معالجة قواعد بيانات ضخمة . ومن الخدمات التى يمكنها تقديمها : إيداع المبالغ التى تدفع أثناء التسجيل ، وكذلك طباعة فواتير وقوائم الحضور ، وبطاقات التعريف الخاصة بهم ، وتذاكر الدخول الخاصة بفعاليات الاجتماع . وتستطيع هذه الشركات إعداد تقارير إحصائية ، وتحليلات مبنية على البيانات الخاصة بالمشاركين ، وتقارير مختصرة حول كافة الجوانب .

وتستطيع هذه الشركات نقل أجهزتها وبرامجها لموقع الاجتماع ، وتستطيع أيضاً تولى عمليات الإسكان الخاصة بالمشاركين ، والحجوزات الخاصة بالمباني اللازمة للاجتماع .

ويعتبر النموذج رقم (٩-٢) الموضح أدناه وسيلة للحصر يستخدمها منظم الاجتماع لمتابعة حركة الحجوزات الخاصة بالفندق والاجتماع .

وترتفع التوقعات قبل بداية الاجتماع بأسبوع ، ويشعر المرء باقتراب أول يوم من أيام اللقاء . غير أنه لا يزال هناك مهام عديدة يجب أن ينجزها القائمون على تنظيم الاجتماع . وفي خلال هذا الوقت بالذات يتعين على منظم الاجتماع أن يكون على اتصال دائم بإدارة المبنى الذى سيعقد فيه الاجتماع .

الشكل (٩-٢) : نموذج متابعة حجوزات الفنادق والاجتماعات

نموذج متابعة حجوزات الفنادق والاجتماعات

الاجتماع : ....

التاريـخ : ....

التسجيل للاجتماع

التاريخ	المجموع الأسبوعي	المجموع الكلي

حجوزات الفندق

التاريخ	المجموع الأسبوعي	المجموع الكلي	المساحة المتبقية

إيصال المستلزمات لمقر الاجتماع :

يجب أن ينتقل المكتب المكلف بتنظيم الاجتماع ، والخاص بالجهة المنظمة ، إلى موقع الاجتماع بكل مستلزماته ، وأدواته المكتبية ، وملفاته ، وسيشعر العاملون في تخطيط الاجتماع أنهم يقومون بنقل محتويات منزل بأكمله إلى موقع الاجتماع . ويجب إعطاء إدارة المبنى تعليمات ومعلومات واضحة بخصوص عدد الإرساليات التي سوف تصلهم ونوعياتها . ويجب أيضاً توضيح مكان تخزين المستلزمات الخاصة بالاجتماع .

كما يجب حزم كل المستلزمات التى تم ذكرها فى الفصل الثامن ومن ثم نقلها إلى موقع الاجتماع . ومن هذه المستلزمات : بطاقات التعريف ، برنامج الاجتماع ، الأشياء التى توزع على المشاركين ، الأدلة بأنواعها ، اللوحات الإرشادية ، ومستلزمات إضافية أخرى . ويجب أن يدون رقم كل صندوق مع ذكر محتوياته على ظهره الخارجى . وبالنسبة للاجتماعات الدولية ، يجب احتساب مدة شهرين لوصول هذه الصناديق عبر البريد وعبر الجمارك فى البلد المعنى ، ويمكن الاستعانة بقائمة مستلزمات الاجتماع المذكورة لاحقًا لمثل هذا الغرض ، مع إضافة عمود آخر يدون فيه وقت إرسالها بالبريد .

وكذلك يمكن إرسال بعض المستلزمات الخاصة بالاجتماع ، مثل برنامج الاجتماع ، مباشرة من المطبعة إلى مقر الاجتماع ، لذا يجب تزويد المطبعة وأى موردين آخرين بمعلومات دقيقة وواضحة عن كيفية كتابة العنوان الصحيح لمقر الاجتماع ؛ ليتسنى لإدارة المقر الحفاظ عليها حتى يبدأ الاجتماع . ومع أن ترك المورد يتولى الإرسالية بنفسه يبدو أسهل ، إلا أنه تعادل القلق الناتج من تكرار الاتصال بإدارة المبنى للاستفسار عن وصول الطلبيات .

وتعتبر عملية تحديد وقت إرسال المستلزمات هامة جداً . إذ لا يمكن ضمان وصول إرسالية ما ، رغم أن خدمة البريد الممتاز تبدو منضبطة . ولا شك أنه يجب أن تصل المستلزمات إلى مقر الاجتماع قبل أن يصل . وفى نفس الوقت ، لو وصلت المستلزمات فى وقت مبكر جداً ، فقد تترك تحت رحمة موظفى قسم الاستقبال أو العاملين فى إدارة المبنى ، الذين ليس لديهم خلفية عن الاجتماع أو وقته ، مما قد يدفعهم إلى إعادتها إلى المرسل مرة أخرى .

ويرسل بعض منظمى الاجتماعات المستلزمات المكتبية التى تلزم خلال انعقاد الاجتماع ، مع أنه باستطاعة الفنادق أو المبانى التى تعقد بها الاجتماعات توفير بعض هذه المستلزمات . فوجود كمية لا بأس بها من هذه المستلزمات سيوفر على منظم الاجتماع وقتًا وجهداً كبيرين ، بالإضافة إلى التوفير فى التكلفة . كما أنه لتجنب الحاجة إلى إرسال هذه المواد ، يمكن شراؤها من بعض مكاتب التجهيزات فى مكان عقد الاجتماع .

قائمة بالمستلزمات المكتبية :

- آلة كاتبة .
- حاسب آلي .
- ورق للآلة وللحاسب .
- أشرطة طباعة إضافية .
- سائل مزيل .
- أوراق ودفاتر ملاحظات .
- أقلام ومراسم .
- مقصات .
- أدراج لوضع النقود .
- دفتر إيصالات استلام .
- دبابيس مكتبية .
- مطرقة .
- شريط لاصق .
- مفكات .
- ماسكات .
- دباسة + دبابيس .
- مشابك للأوراق .
- شريط ورقي لاصق .
- أقلام ملونة عريضة .

- لوحة للملصقات الإعلانية .

- شريط قياس .

إدارة طاولة التسجيل :

تتغير في مقر الاجتماع مسئولية موظفي التخطيط للاجتماع من عملية التخطيط إلي عملية التنفيذ . إذ يتعين عليهم - من بين أمور عديدة - الإشراف علي جلسات الاجتماع ، وعمليات التسجيل والاتصال مع موظفي المبني . أي أن طاولة التسجيل تصبح نقطة التنسيق .

تنظيم طاولة التسجيل :

بالنسبة للمؤتمرات التي يسكن المشاركون فيها في أماكن متعددة ، يمكن اختيار أحد الفنادق أو مقر المؤتمر ليكون مكاناً للتسجيل ، بحيث توضع طاولات متلاصقة ، وعلي كل طاولة توضع حروف هجائية محددة يسترشد بها المشارك للصف الذي ينبغي أن يقف فيه ، أو أن توزع الطاولات حسب فئات الأعضاء ، أو أي طريقة توزيع أخري مناسبة .

ومن المهم جداً تهيئة مكان واسع للنشاطات المتعلقة بالتسجيل . فبالنسبة للاجتماعات الكبيرة قد تكون هناك حاجة لاستخدام قاعة ضخمة لهذا الغرض . أما الاجتماعات التي تعقد داخل مبني واحد ، فإنه عادةً ما توضع طاولة التسجيل في مكان بارز داخل المبني أو الفندق . وهذا المكان البارز إما أن يكون في المدخل الرئيسي ، أو في أحد الممرات ، أو في أي مكان عام قريب من قاعات الاجتماعات .

وتُستخدم في العادة طاولات لعملية التسجيل ، ويوضع عليها قماش من الخارج لتحسين منظرها ، كما يمكن استخدام لوحة مكتوب عليها عبارة « التسجيل » بالإضافة إلي اسم المنظمة ، وتوضع اللوحة فوق الطاولة . كما أن وضع الزهور علي الطاولة يضفي لمسة جمالية ، وأيضاً يمكن ربط بالونات إلي طرف الطاولة .

وبالنسبة للمستلزمات المتعلقة بالاجتماع مثل الأدلة والنشرات والأشياء الأخري التي توزع ، فيمكن وضعها تحت الطاولة المغطاة بالقماش لكي يتم توزيعها علي كل

مشارك ، أو توضع فوق الطاولة ليأخذ كل مشارك منها نسخة . وغالباً ما ترتب بطاقات الأسماء هجائياً وتوضع على الطاولة بحيث يستطيع المشارك أن يعثر على البطاقة الخاصة به . ويمكن أيضاً وضع المنشورات والكتيبات الخاصة بالمدينة والكوبونات على نفس الطاولة .

يجب أن ينسق منظم المؤتمر مع القسم الهندسي الخاص بالفندق إذا كانت عمليات التسجيل تتطلب أجهزة مكتبية ، كما ينبغي تقديم المساندة المطلوبة لهذه الأشياء مثل توفير مصدر كاف للكهرباء . أما إذا كانت عمليات التسجيل تنفذ بواسطة متعهد فإنه عادة ما يجلب التجهيزات اللازمة ويتولى تركيبها وتشغيلها . ولابد من وجود جهاز هاتف على طاولة التسجيل ، حيث يُمكّن الهاتف العاملين من التحدث إلى كافة الأقسام داخل الفندق ، ويكونون أيضاً على اتصال بالعاملين الآخرين ، ويعتبر كذلك خدمة للمشاركين اللذين يرغبون في الاتصال ببعضهم دون اضطرارهم لاستخدام هاتف العملة أو العودة لغرفهم في الفندق لإجراء الاتصالات . وإذا زود الهاتف الموجود في طاولة التسجيل بإمكانية الاتصال الخارجي ، فيجب أن يحدد منظمو اللقاء من الذي لديه صلاحية استخدام الهاتف ، ومن الذي يلزم بالدفع عند إجراء مكالمة خارجية .

ويقوم مقسم الفندق في الغالب بتحويل المكالمات التي تصل للمشاركين في الاجتماع إلي طاولة التسجيل ، حيث يستقبل منظمو الاجتماع الرسائل الخاصة بالمشاركين ، وفي العادة تعلق هذه الرسائل الهاتفية على لوحة إعلانات مخصصة لهذا الغرض .

ويجب أن يُطلب من الفندق توفير عدد كبير من سلال النفايات بالقرب من طاولة التسجيل ، كما يجب أن يطلب منهم أيضاً توفير ماء وأكواب وقائمة بأرقام أقسام الفنادق لاستخدامات القائمين على التسجيل .

تنظيم العمل في طاولة التسجيل :

يجب اختيار ساعات العمل التي تفتح فيها نشاطات طاولة التسجيل ، وعادة ما تبدأ نشاطات عدة نصف يوم قبل افتتاح جلسات الاجتماع وذلك لاستقبال الوفود التي تصل مبكراً . والساعات المعتادة لعمل طاولة التسجيل هي ما بين الساعة الرابعة إلى التاسعة مساءً في اليوم الذي يسبق الافتتاح ، ومن الساعة السابعة صباحاً حتى

السادسة مساءً في يوم الافتتاح ، وفي الأيام التي تلي يوم الافتتاح تفتح طاولة التسجيل نصف ساعة قبل افتتاح الجلسة .

وتنتهي أعمال التسجيل رسمياً عندما يصل كل شخص من الحاجزين ، غير أن أغلب طاولات الحجز تظل مفتوحة طيلة مدة الاجتماع .

ويجب تحديد من سيعمل في طاولة التسجيل ، وغالباً ما يقوم بنشاطات الاجتماع العاملون في المنظمة أنفسهم . وسيجد الذين تعودوا على العمل - من الساعة التاسعة صباحاً حتى الرابعة والنصف مساءً يومياً - أن العمل على طاولة التسجيل يستغرق وقتاً أطول من ذلك . لذا يجب أن يوضع في ميزانية الاجتماع ما يكفي لتعويض من يعمل خلف طاولة التسجيل إما على شكل خارج دوام أو وقت يحتسب كإجازة لاحقاً .

وقد لا يتوفر لدى المنظمة عدد كبير من العاملين لمواجهة نشاطات الاجتماع ، بما في ذلك نشاط التسجيل ، لذا يمكن الاستعانة بأشخاص بشكل مؤقت أو التعاقد مع جهة للقيام بأعمال الاجتماع . وبعض الشركات هدفها الوحيد هو توفير موظفين مؤقتين لأغراض الاجتماعات ، غير أن مثل هذه الشركات توجد غالبًا في المدن التي تستضيف مؤتمرات عديدة . ويوجد - لدى بعض دوائر المؤتمرات والزوار - متعاونون غير رسميين تعيرهم للقيام بأعمال التسجيل ؛ لذا يتعين عمل كل هذه الترتيبات قبل أن يبدأ الاجتماع بفترة طويلة ، وقد يستعان بمتطوعين ، أو بالعاملين في الفندق كمتعاونين للقيام بأعمال ونشاطات الاجتماع .

وبعض الاجتماعات قد تتطلب مترجمين في طاولة التسجيل ، وقد تكون هناك حاجة لصراف مضمون ، وربما تكون هناك حاجة لسيارة مصفحة لنقل المال للبنك إذا كانت عمليات التسجيل تتضمن تسليم واستلام أموال ، وقد يوضع شخص للترحيب بالناس عند وصولهم . كما يجب أن يتواجد شخص مسؤول قرب طاولة التسجيل معظم الوقت .

إن عملية التسجيل الخاصة بالاجتماع تتمثل أساساً في التحقق من أن المشارك في الاجتماع قام بالفعل بالتسجيل ودفع الرسوم الخاصة بالاجتماع ، ويستطيع موظفو التسجيل عندئذ توزيع المطبوعات والمواد الخاصة بالاجتماع على المشاركين بما في ذلك التذاكر والقسائم . كما أنه من الضروري حصر الأشياء التي توزع وقت

توزيعها ، حيث إن عملية الحصر هذه سوف تستخدم لتحديد الأشخاص فى الوجبات والمناسبات . ومع أن أغلب المشاركين قد دفعوا مسبقاً رسوم تسجيلهم ، إلا أنه سيتم استلام نقود من أولئك الذين لم يتموا عملية التسجيل مسبقاً ، أو من الذين يقررون حضور الاجتماع فى اليوم الأول للافتتاح . لذا إذا وجدت أماكن لمثل هؤلاء فيجب استلام قيمة اشتراكهم ، ومن ثم تسليمهم المطبوعات الخاصة بالمؤتمر .

وقد يكون من الضرورى إيجاد ما يشبه البنك الصغير : لتسهيل عمليات الصرف واستلام النقود ، لذا ينبغى الاستعانة بالخزائن الموجودة في الاستقبال في الفندق وذلك لحفظ الاموال ، وإذا كان المبلغ كبيراً فقد يتطلب الأمر سيارة مخصصة لنقل النقود لتوصيلها للبنك .

إضافة لما سبق ، هناك بعض الأعمال التى قد تدخل ضمن مهام العاملين فى طاولة التسجيل . وهذه الأعمال إما مضنية ، مثل وضع ملف على مقعد كل مشارك داخل قاعة مخصصة للمجموعات الصغيرة ، وإما مسلية مثل إيصال بعض الطلبات الخاصة وتجهيز قاعة الاستقبال .

وقد يتطلب أيضًا من العاملين في قسم التسجيل توزيع أشياء أخرى ، مثل الزهور ، والعصيرات ، أو سلة الفواكة للمتحدثين وكبار الضيوف . لذا فإن الفندق يقوم عادةً بتوفير قائمة بأرقام القاعات ومفاتيحها لكي يتمكن العاملون من توصيل هذه الأشياء إلى داخل القاعات .

وبالاضافة إلي ذلك ، فقد يقوم العاملون بترتيب أجنحة مخصصة للترحيب بالضيوف ، وقد يُطلب منهم أيضاً العمل داخل هذه الأجنحة طيلة مدة الاجتماع . وقد تكون هناك اتفاقية مع الفندق لتجهيز هذه الأجنحة بالمأكولات والمشروبات ، أو قد يتولى هذه العملية العاملون فى الاجتماع . ويجب توفير زهور لمثل هذه الأجنحة ، ولكى تتم كل هذه العمليات بدقة متناهية فإنه يجب تدريب العاملين على ذلك تدريباً جيداً .

ويجب أيضاً جدولة أوقات العمل بالنسبة للعاملين فى الاجتماع ، مع الأخذ بعين الاعتبار أوقات الذروة فى عمليات التسجيل . ومن الأفضل أن يتم تخصيص الأعمال وتحديد من يقوم بها ، مثل إيصال الرسائل ، أو تقديم معلومات عن المدينة . كما أن

هناك بعض الإجراءات التى يجب أن يتم تحديدها ومراجعتها ، مثل التعامل مع قسيمة التسجيل غير المكتملة ، وكوبونات الوجبات الفردية ، وتحرير الفواتير .

ويجب مناقشة موضوع الزى الرسمي للاجتماع ، وما إذا كان مسموحاً بمجالسة المشاركين . كما يجب تحديد كيفية مخاطبة المشاركين مثل استخدام الاسم الأخير أو استخدام الألقاب العلمية . ولا يضر أن يتم التحدث مع كافة العاملين لحثهم وتشجيعهم وتذكيرهيم بأن يكونوا لطفاء ، وأن يتذكروا أن المشاركين فى هذه المناسبات يتوقعون معاملة حسنة وخدمة راقية تليق بهم .

وأخيراً يجب إرشاد العاملين فى التسجيل للتعامل مع الحالات الطارئة . إذ يجب إبلاغهم بمواقع مخارج الطوارئ ، ويجب تزويدهم بقائمة أرقام هواتف للاتصال بها فى الحالات الطارئة .

القائمة الخاصة بالتسجيل :

موقع طاولة أو قسم التسجيل ....

تصميم طاولة التسجيل ....

اللوحات ....

القماش الذى يوضع على الطاولة ....

الزهور ....

ديكورات أخرى ....

تجهيزات مثل (هاتف ، آلة ناسخة ، حاسب ، لوحة إعلانات) ....

المستلزمات والمطبوعات الخاصة بالاجتماع (اذكرها) ....

العاملون فى التسجيل ....

من سيعمل؟ ....

الأجر ....

ساعات العمل ....

المهام المناطة (الترحيب ، الإرساليات ، قسم الاستعلامات) ....

قائمة مستلزمات الاجتماع (انظر الفصل رقم ٨) ....

أسماء الأشخاص المناطة بهم هذه المهمة ....

قائمة المستلزمات المكتبية ....

أسماء الأشخاص المناطة بهم هذه المهمة ....

التدريب (ويشمل طريقة التصرف والتعليمات الخاصة باللباس) ....

- هل تمت مراجعة إجراءات الطوارئ؟ ....

- هل تم تعريف موظفي التسجيل بالمسئولين في الفندق ؟ ....

السياسات والإجراءات :

طريقة التعامل مع النقود ....

صناديق الإيداع ....

طريقة النقل للبنك ....

طريقة التعامل مع المتبقى من النقود ....

إعداد الفواتير (الخصم الجماعى ، أوامر الشراء) ....

الجلسات الفردية ووجباتها ....

الأشخاص غير الأعضاء ....

التسجيل الجزئي ....

التسجيل الإضافى مثل (الصحافة ، والمقدمون) ....

إعادة المبالغ ....

استبدال التذاكر والقسائم ....

إجراءات استخدام الهاتف ....

طريقة إيصال الرسائل ....

تقديم الخدمات للمشاركين :

عندما تستكمل الإجراءات الرسمية الخاصة بالتسجيل ، تتحول طاولة التسجيل إلى طاولة تقديم خدمات ، حيث تقدم خدمات أساسية وهامة خلال فترة الاجتماع .

إعداد واستبدال مطبوعات الاجتماع :

إذا لم تعد قائمة بالمشاركين قبل بداية الاجتماع ، فإنه يجب إعداد هذه القائمة خلال الاجتماع . كما يمكن إضافة ملحق لقائمة الحضور بعد طباعته ، لكي يمكن تصويره وتوزيعه ، وربما يتم إضافة قائمة تحتوي على أرقام الغرف الخاصة بالمشاركين .

قد يبدو هذا غريباً ، إلا أن نسبة لا بأس بها من الحضور سوف يفقدون بعض مطبوعاتهم وحاجياتهم الخاصة بالاجتماع . ومع أنه لا يمكن استبدال بعض الأشياء مثل الهدايا القيمة ، إلا أنه يمكن بالتأكيد استبدال أدلة الاجتماع ، وقوائم الحضور ، وقوائم أصحاب المعروضات إذا ما فقدت . ويجب توخي الحذر في استبدال بطاقات الأسماء ، أو التذاكر ، أو القسائم ؛ للتأكد أن من يستلم هذه الأشياء هو الشخص المعنى أصلاً .

استلام الرسائل :

كما ذكر سابقاً ، قد يقوم المقسم الخاص بالفندق بتحويل المكالمات القادمة من الخارج للمشاركين ، وقد يرغب المشاركون في الاتصال ببعضهم ، لذلك فإنه يمكن استخدام لوحة إعلانات لهذه الأغراض ، حيث تستخدم كوسيلة لتعليق الرسائل عليها . ويمكن استخدامها أيضاً لتعليق المراسلات الخاصة بالمكالمات الهاتفية ، حيث يتم طي الرسالة بحيث لا يظهر إلا اسم الشخص المعني بالرسالة . كما يمكن أيضاً تعليق الإعلانات الخاصة بتعديلات الجداول أو قاعات الاجتماعات . وقد يسمح لأحد المطاعم المجاورة بتعليق منشور دعائي عن خدماته على لوحة الإعلانات .

تقديم المعلومات والتوجيهات ، والخدمات الأخرى :

يطلب عادة من الطاولة المخصصة للاستعلامات في قسم التسجيل معلومات إما عن الاجتماع نفسه وإما عن المدينة التى يعقد فيها الاجتماع ، ومن الأمثلة على هذه الأسئلة ما يلي : أين القاعة المخصصة للجلسة الثانية ؟ متى موعد حفلة العشاء هذا المساء ؟ أو متى يتحدث السيد فلان ؟ يمكن الإجابة عن أغلب الأسئلة التى تخص الاجتماع عن طريق النظر إلى دليل الاجتماع ، خصوصاً إذا عرفت مواقع القاعات المخصصة للاجتماع داخل الفندق .

أما الأسئلة التى تتعلق بأشياء داخل المدينة مثل : أين أستطيع أن أستبدل كعب حذائي ؟ أو أين أقرب مطعم فطائر ؟ أو ما هي نشاطات العروض المسرحية هذه الليلة ؟ فيمكن الإجابة عن مثل هذه التساؤلات عن طريق الاستعانة بمصادر معلومات مثل : دليل الهاتف ، أو دليل السياحة الخاص بالمدينة ، أو الدليل الخاص بالمدينة ، أو الإعلانات التى تظهر في الجرائد المحلية .

كما أن لطاولة الاستعلامات مهمة أخرى تتمثل في كونها مركزًا للمفقودات التى يتم العثور عليها . ويمكن استخدام لوحة الإعلانات للإعلان عن الأشياء المفقودة التى يتم العثور عليها وفي حالة العثور على شيء ثمين فلا بد من إبلاغ الجهاز الأمني داخل المبنى .

أخيراً ، فإن طاولة التسجيل تقدم خدمة أخرى ، وهي أنها تكون بمنزلة مكتب اتصالات يستخدمه كافة المشاركين ، وفي بعض الاجتماعات يتم تخصيص غرفة وتزويدها بها بالحاسبات ، والآلات الكاتبة ، وخدمات ناسوخ ، وأجهزة تصوير ، وأحياناً خدمات سكرتارية أيضاً ، غير أن أغلب المباني المخصصة للاجتماعات لديها مكاتب توفر تجهيزات وأفراد متخصصين مقابل أجر معين .

تبقى إضافة أخيرة يقدمها القسم الخاص بالتسجيل سبق ذكرها في الفصل الثامن . وهذه الخدمة عبارة عن صناديق وملصقات عناوين تقدم للمشاركين لكي يستطيعوا شحن مطبوعاتهم إلى منازلهم أو مكاتبهم . ويقوم العاملون في قسم الاستعلامات بتولي عملية الشحن البريدي أو الاتصال بمكتب شحن يتولى استلامها

وشحنها . إن تقديم مثل هذه الخدمات يولد انطباعاً حسناً لدى المشاركين في الاجتماع .

التعامل مع موظفي المبنى :

تعتبر طاولة التسجيل أو الاستعلامات محور الاتصال مع المسئولين في الفندق . وعادةً ما يقوم المسؤولون في الفندق بتعيين شخص من قبلهم يطلق عليه لقب مدير الاجتماع أو مدير خدمات المؤتمر ؛ وذلك لتولي كافة عمليات التنسيق مع الموظفين المعنيين بعملية التخطيط للاجتماع . وأحياناً يتم تزويد مجموعة التخطيط للاجتماع بهاتف لاسلكي يمكّنهم من الاتصال بالمسئولين في الفندق خلال فترة الاجتماع . (انظر الفصل العاشر للحصول على معلومات أشمل عن طريقة التعامل مع موظفي المبنى) .

ولكي يمكن تقديم معلومات أو خدمات معينة ، فإنه يتعين العمل جنباً إلى جنب مع بعض الأقسام داخل الفندق . لذا يتعين على بعض المسئولين الرئيسيين في عملية التنظيم للاجتماع تقديم أنفسهم لمديري الأقسام في الفندق . مما يسهل بعض الأعمال مثل تحديد عدد الوجبات المطلوبة لقسم التموين في الفندق ، وأيضاً يسهل ذلك الاتصال بقسم الهندسة داخل الفندق بشأن ترتيب قاعات الاجتماع . وبالنسبة للطاولات والكراسي المطلوبة فإن العاملين في الفندق يقومون بترتيبها .

نشاطات الفصل :

١ - قم بتصميم بطاقة تسجيل بحيث تستطيع من خلالها الحصول على كافة المعلومات التي ترى أنها ضرورية لتسجيل المشاركين وحفظ معلومات عنهم ، وتكفي لإعداد كشوف الحسابات المالية للاجتماع ، وكذلك لإعداد قائمة بأسماء المشاركين باجتماع مدرسي الآلة الكاتبة .

٢ - حدد الخدمات التي تعتقد أنها مناسبة لاجتماع مدرسي الآلة الكاتبة ثم رتبها حسب أهميتها مثل (لوحة الإعلانات ، عملية التصوير) .

٣ - حدد إجراءات ثابتة تستخدم للتعامل مع النقود خلال الاجتماع .

الفصل العاشر

أثناء الاجتماع

بعد الانتهاء من هذا الفصل ستكون قادراً على :

١ - اختيار القاعة المناسبة لاجتماعات محددة .

٢ - تصميم طارلة الاجتماع من البداية إلى النهاية .

٣ - تنسيق السمعبصريات المطلوبة للاجتماع .

عند تنظيم جلسات الاجتماع يصدق المثل القائل «إن أفضل الخطط التى تعد يمكن أن تفشل» ، لذا فإن هذا الفصل يختص بلب الاجتماع ، أى تنظيم الجلسات التى تعقد أثناء الاجتماع .

ويعتبر التخطيط الجيد مفيداً فى هذه الحالة ، وهناك قرارات تتخذ فى وقتها مع أن أكثرها ليس له أهمية ، ولكن أغلب هذه القرارات لها تأثير مباشر فى نجاح الاجتماع .

وتجرى بعض الترتيبات المتعلقة بالتخطيط للاجتماع بواسطة منظمى الاجتماع والجهة المتبنية للاجتماع قبل عدة أشهر أو سنوات من بداية الاجتماع ، وبعض هذه القرارات ، مثل السماح بالتدخين أو تحديد الأبواب التى ستظل مغلقة ، قد تتخذ بواسطة مخطط الاجتماع قبل دقائق قليلة من بداية الاجتماع .

إدارة الجلسات :

- العمل مع موظفى المقر :

يعمل مع منظم الاجتماع أحد العاملين فى مقر الاجتماع ويطلق عليه اسم مدير خدمات المؤتمر . ففى الوقت الذى يقوم فيه منظم الاجتماع بتمثيل المنظمة من ناحية التخطيط السليم للاجتماع بما يكفل تحقيق المنظمة لأهدافها ، يقوم مدير خدمات المؤتمر بالتأكد من حسن سير المؤتمر دون عقبات . فيتأكد من أن القاعات مرتبة ترتيباً جيداً ، وأن المطعم المخصص يقوم بإعداد العدد المطلوب من الوجبات ، وأن قسم المحاسبة يعرف المصاريف التى تحسب على المنظمة وتلك التى يدفعها الأفراد المشاركون .

ويقتصر استخدام مدير خدمات المؤتمر فى العادة على المقارّ الكبيرة ، غير أن معظم المقارّ تخصص شخصاً محدداً يمكن لمنظم المؤتمر أن يعتمد عليه لحل المشكلات التى قد تنشأ ، ذلك لأن المرتب الذى يدفع لمدير خدمات المؤتمر هو مقابل قيامه على خدمة المنظم وتسهيل مهمته فحسب .

إن أساس العلاقة بين المنظم ومدير خدمات المؤتمر هو التعاون ، ولتوضيح ذلك نقدم إليكم المثال التالى . حدث أن استأجر المنظم قاعة مفروشة لاجتماع ما ، وقبل الاجتماع اتضح أن الفرشة التى وضعت لا تناسب الغرض الذى حدد للاجتماع ، وكان

بإمكان المنظم أن يطالب بتغيير الفرشة بكاملها ، إلا أنه بدلاً من ذلك طلب تغيير جزء منها لضمان سلامة المجتمعين ، حيث كانت نوعية الفرشة تشكل خطراً عليهم لسهولة الانزلاق . وبسبب مرونة المنظم فى التعامل مع هذه الحادثة قام العاملون فى المبنى بتقديم خدمات إضافية مجانية تقديراً له .

يقوم المنظم فى العادة بالاتصال بمدير خدمات المؤتمر ليبلغه بعدد الوجبات المطلوبة ، والتغييرات المطلوبة فى القاعات إن لزم الأمر ، والطلبات الإضافية من الماء والقهوة وما إذا كانت هناك حاجة لمقاعد إضافية ، أو أى طلبات إضافية . ومن المفيد توفير هاتف داخلي على طاولة الاستقبال لتسهيل عملية الاتصال بمدير خدمات المؤتمر . وكما ذكر سابقاً فإن بعض المباني الكبيرة تقدم خدمات النداء الآلي لتسهيل الاتصال .

ويحدث أحياناً أن يتصل المنظم مباشرة بالمسئول عن تنظيم حفلة العشاء ، أو بمدير العاملين في المبني ، أو بقسم الهندسة أو بقسم الخدمات ليطلب طلباً ما . لذلك ، إذا كان هناك طلب لغلاية قهوة إضافية فإن هذا الطلب يجب أن يذهب مباشرة لقسم التموين الغذائي ، وإذا كان هناك طلب لطاولة لقسم التسجيل فإن هذا الطلب يجب أن ينقل مباشرة لموظفى المقر . أى أن على المنظم ومدير خدمات المؤتمر أن يتفقا على الطلبات التى توجه مباشرة لمدير خدمات المؤتمر وتلك التى ترسل إلى القسم المعنى مباشرة . وإذا كانت مثل هذه الطلبات تمثل مصروفات إضافية ، فمن الأفضل التعامل مباشرة مع مدير خدمات المؤتمر .

إن أغلب الاتصالات التي ترد إلى مدير خدمات المؤتمر أثناء عقد الاجتماع هى لطلب تغيير درجة التكييف داخل القاعة . فهذه القاعات إما أن تكون باردة جداً لبعض الناس أو تكون حارة جداً للبعض الآخر . لذا فإن كانت هناك عدة شكاوى حول درجة الحرارة من الحضور ، فينبغى عند ذلك استدعاء مدير خدمات المؤتمر . وأحياناً لا يمكن عمل شيء حيال هذ المشكلة . إذ إن البرودة قد تشتد داخل القاعة بسبب إطفاء الأنوار أثناء عرض الشرائح أو الأفلام .

وقد يعمل مدير خدمات المؤتمر كمنسق خدمات . أي أنه يوصل المنظم بالأقسام الخاصة بتلبية الطلبات على اختلافها . أو قد يسهل لأحدهم صرف شيك شخصي أو حتى القيام بشراء تذاكر لحضور مناسبة ما .

- التعامل مع رئيس الجلسة :

لا يمكن إنكار أن منظم الاجتماع يتحمل بعض المسئولية عن نتائج الاجتماع . إن وجود علاقة جيدة مع العاملين في مقر الاجتماع والتحديد الجيد لقاعات النشاطات لا يضمن نجاح الاجتماع . وبما أن منظم الاجتماع لا يمكن أن يتواجد في أماكن متعددة في نفس الوقت ، فإن عليه أن يدرك الوقت المناسب الذي ينبغي أن يشارك فيه في تحمل عبء تنظيم الجلسات . إن الجلسات الناجحة لها رؤساء ، أو أناس تناط بهم مسئولية جلسة الاجتماع . فيقوم رئيس الجلسة عادة بتقديم المتحدث أو أعضاء الجلسة ، كما يقوم بتسهيل سير الاجتماع ، وتنسيق تشغيل الأجهزة السمعبصرية . ويعلن نهاية الجلسة في الوقت المحدد لذلك .

ويجب على منظم الاجتماع أن يبلغ رؤساء الجلسات بواجباتهم ومسئولياتهم ، كما يجب إبلاغهم بأية جلسات أخرى تعقب جلساتهم مباشرة لكي يتمكنوا من ضبط وقت الاجتماع . وقد يزود منظم الاجتماع رؤساء الجلسات بوسائل تساعدهم على ضبط التوقيت مثل الساعات . كما قد يطلب منهم تقديم الإعلانات والمعلومات العامة الخاصة بالاجتماعات اللاحقة خلال جلساتهم . وتلخص قائمة مسئوليات الرئيس التالية واجبات رئيس الجلسة .

قائمة واجبات رئيس الجلسة :

- مقابلة المتحدثين لتحديد احتياجاتهم .
- الحصول على معلومات عن المتحدثين .
- توزيع مطبوعات الجلسة .
- تقديم المتحدثين .
- الإشراف على التجهيزات السمعبصرية .

– التحكم في الإضاءة والحرارة والبرودة .

– إنهاء الجلسات في الوقت المناسب .

– توزيع استمارات التقييم وإعادة جمعها .

ملاحظات : ....

....

....

– تحديد السياسات :

غالباً ما يأخذ منظم الاجتماع السبق في عملية تحديد السياسات والضوابط التي تنظم التصرفات والنشاطات التي تؤثر في راحة كافة المشاركين في الاجتماع . وعندما يقوم المنظم بذلك فإنه يمارس مهاراته في عملية الاتصال بشكل واسع .

فعلى سبيل المثال ينبغي على المنظم أن يتعامل مع موضوع التدخين ، والتوجه حالياً هو تخصيص أماكن للمدخنين ، حيث إنه في أغلب الاجتماعات لا يسمح بالتدخين داخل قاعات الاجتماع ، كما أن عدداً متزايداً من المناسبات التي يتخللها تقديم وجبات تعزل المدخنين عن غير المدخنين . غير أن على المنظم أن يعي أنه في الاجتماعات الكبيرة يصعب التحكم في موضوع التدخين ، خصوصاً إن كان المبنى المستخدم يضم مجموعات تسمح بالتدخين .

وينبغي على المنظم أيضاً أن يحدد ما إذا كان إيصال الرسائل الواردة للمشاركين عن طريق المكبر سيتم أثناء عقد الجلسات . فهذه العملية سوف تسبب إرباكًا إذا كان الاجتماع يضم ٢٠٠ شخص : لأن الوقت سيضيع في سماع رسائل مثل : على فلان أن يتصل بمكتبه ، أو أن يتصل بمكتب المركز بصورة عاجلة . وبعض المشاركين يحب سماع اسمه يذاع بواسطة المكبر ، وقد يعمد بعضهم إلى اختلاق مثل هذه الرسائل لكي يُعلَن عن اسمه . لذا فمن الأفضل تعليق هذه الرسائل على لوحة إعلانات .

وأخيراً يجب توضيح السياسات الخاصة بالتعامل مع رجال الإعلام . فالمصورون يقومون بتنظيم أخبار الاجتماع ونقلها للناس أو للجماعات المهتمة بمثل هذه اللقاءات

وللأفراد . وبالنسبة للاجتماعات ذات الأهمية الخاصة يتم اصطحاب المصورين إلى داخل القاعة ، حيث إن المنظمات تعتمد على الدعاية المدعومة بالصور لنشر أخبار اجتماعها وكذلك أهدافها . على كل حال ينبغى ألا تؤثر عملية التصوير على حسن سير الاجتماع ، ويجب تحديد ضوابط تحكم استخدام أجهزة التصوير ، ومن ثم إعلان هذه الضوابط للأفراد ، ووسائل الإعلام ، والمهتمين .

تصميم قاعات الاجتماعات :

يوضح البرنامج المبدئى الذى تمت مناقشته فى الفصل الرابع عدد قاعات الاجتماعات المطلوبة والأوقات المحددة لاستخدامها . وخلال الاجتماع الأول الذى يعقده منظم الاجتماع مع موظفى المقر يتم اختيار القاعات التى سوف تستخدم فى الاجتماع ، ثم توثق هذه المعلومات في العقد الذى يبرم مع الفندق . وعادة ما تتضمن مثل هذه العقود استخدام قاعة رئيسية للاجتماعات العمومية ، وقاعات أصغر للجلسات الصغيرة ، وحيزًا للوجبات ، وجناحًا ذا غرفتين للضيافة .

يستخدم المنظمون (وأيضًا ذوو الخبرة) ما يسمى بنموذج تحديد تشاطات القاعة الذى يتضمن معلومات عن : كيفية تجهيز القاعة المطلوبة ، وكيفية تقديم العصيرات ، وتحديد نوعية وسائل العرض المطلوبة . وتقوم إدارة المقر فى العادة بإرسال هذا النموذج إلى منظم الاجتماع (انظر الشكل ١٠-١) ، كما هو الحال فيما يختص بتجهيزات الاجتماع ، ويجب ملء نموذج تحديد القاعة بشكل دقيق وسليم . وبالنسبة للاجتماعات الكبيرة ينبغى تجهيز هذه النماذج قبل أشهر من بدء الاجتماع . كما يجب تحديث وتعديل المعلومات التى تتضمنها إذا جد جديد يستدعى ذلك . وبالنسبة للاجتماعات الصغيرة فيمكن تعبئة النماذج قبل أسبوعين . أما إذا وعدت إدارة المقر بتوفير تجهيزات أو خدمات خاصة ، فيجب ألا ينتظر المنظم حتى آخر لحظة التأكد من وجود مثل هذه الخدمات بالفعل .

الشكل (١٠-١) : مثال لنموذج تنظيم النشاطات

التاريخ .... الوقت ....

الغرفة .... عدد الأشخاص ....

المنظمة .... اسم الاجتماع ....

الشخص المسؤول .... الغرفة الرئيسية ....

ترتيب وتصميم غرفة النشاطات

الطاولة الرئيسية .... عدد الأشخاص ....

عدد مكبرات الصوت .... مكانها ....

عدد الكراسي .... طريقة الترتيب ....

خدمات المياه ....

خدمات الأكل ....

قائمة الطعام ....

طريقة الخدمة ....

المستلزمات : دفاتر .... أقلام رصاص .... طفايات سجائر........ غيرها ....

الأجهزة السمعبصرية

نوع وعدد مكبرات الصوت ....

مواقع مكبرات الصوت ....

طاولة المحاضرين ....

منصة التحدث ....

حامل ورق الكتابة ....

سبورة ....

أجهزة العرض ....

مسجلات صوتية ....

غيرها ....

رسم تخطيطي للغرفة

عند القيام بحجز القاعات ينبغي للمنظم أن يعرف الغرض الذي سوف تستخدم من أجله القاعة ، ومن ثم يقوم بفحصها للتأكد من أنها مناسبة . فعلى سبيل المثال ، يجب التأكد من موقع المدخل والنوافذ الخاصة بالقاعة ، حيث إن القاعة التي لا يوجد بداخلها ستائر لا تصلح لعرض الأفلام ، كما أن وجود الأعمدة قد يحجب رؤية بعض المشاركين . ويجب التأكد من وجود توصيلات الكهرباء في موقع مناسب ، كما يجب التأكد من أن الإضاءة كافية وطريقة الجلوس مناسبة .

ولنناقش الآن بعض هذه العناصر :

- الأبواب :

تعتبر طريقة تصميم الباب من أهم العناصر بالنسبة لقاعة الاجتماعات . هل يتسع الباب لشخص يستخدم كرسيًا متحركًا أو مشاية ؟ وإذا كانت هناك عدة أبواب داخل القاعة فيجب على المنظم تحديد الأبواب التي سوف تستخدم ، وعادة يتم إغلاق الباب القريب من المنصة وذلك مجاملة للمتحدث لكي لا يحصل تشويش نتيجة استخدامه . وإذا تقرر استخدام أفلام أو شرائح فإن الباب الأقرب للشاشة يغلق لتحسين درجة وضوح الرؤية .

قد تفرض إجراءات السلامة منع إغلاق الأبواب ، لذا يكتفى بلوحة تعلق ويكتب عليها عبارة «يرجى عدم فتح الباب أثناء الاجتماع » . وقد يسمح باستخدام عوائق مثل الكراسي أو الطاولات أو حتى حامل توضع عليه لوحة . ويجب أن نطبق ذلك في الداخل والخارج . وإذا كانت عملية الدخول للاجتماع تخضع لضوابط معينة فمن الأفضل إقفال كل الأبواب باستثناء واحد منها بحيث يستطيع شخص أن يتفحص هويات المشاركين وهم يدخلون إلى القاعة .

- المنصة والطاولة الرئيسية :

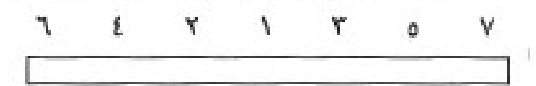
يعتبر موقع الطاولة الرئيسية أو المنصة ثاني عنصر هام في عملية تصميم قاعة الاجتماعات . إلا أن معظم القاعات تكون مستطيلة الشكل بحيث يقف المتحدث في آخر نقطة مواجهاً الناس بشكل طولي . أما إذا كانت المنصة في منتصف القاعة فقد يتعين على المتحدث الالتفات كثيراً لكي يستطيع توزيع نظراته على الحضور . والوضع المثالي للمنصة هو أن تكون على بعد ستة أقدام من الصف الأول .

وإذا كان البرنامج يتخلله عرض لوسائل سمعبصرية فقد يحدد موقع المنصة موقع شاشة العرض أو التوصيلات الكهربائية . ولحسن الحظ فإن البنايات الجديدة الآن تحتوى على عدد كاف من مصادر الطاقة بحيث تمنح المنظم شيئًا من المرونة . وسوف نتحدث عن التجهيزات السمعبصرية فى جزء لاحق من هذا الفصل .

إن رفع الطاولة الرئيسية أو المنصة بعض الشيء يسمح للمتحدث برؤية الحضور بشكل واضح . أما بالنسبة للحفلات الترفيهية فقد يتعين وضع المنصة فى موقع واحد فقط . كما أن الاعتبارات الأمنية للناس المرموقين قد تفرض وضعاً معيناً بالنسبة لموقع المنصة ، إذ قد يتطلب الوضع ممراً مباشراً من الباب إلى المنصة .

ويجب أن تكون الطاولة الرئيسية طويلة بدرجة تكفى لجلوس المتحدثين أو المشاركين فى الحوار أو الضيوف بشكل مريح . ويجب أن يكون هناك فراغ بين الكراسى والطاولة وخلف الكراسى من الطاولة الرئيسية : حتى لا يجلس الناس بشكل غير مريح ، ولكى يستطيع المشارك أن يقوم من كرسيه متجهاً إلى مكبر الصوت بسهولة ويسر . أحياناً توضع منصة المتحدث فى وسط الطاولة ، وأحياناً أخرى توضع فى أحد طرفى الطاولة الرئيسية أو فيهما معاً ، إلا أنه يجب وضع المنصة فى أحد الجانبين إذا ما استخدمت شاشة للعرض ، أما إذا وضعت منصة الحديث فى الوسط فمن اللائق أن يجلس المضيف أو الرئيس أو المدير العام أو الشريك الرئيسى أو رئيس المؤتمر فى الوسط ، ويجلس الشخص المتميز الثانى إلى يمينه ، ويجلس الشخص الثالث إلى يساره . أى أن طريقة الجلوس تتبع نظام يمين / يسار انطلاقًا من الوسط ، ويوضح الشكل رقم (١٠-٢) الطريقة التقليدية لترتيب الجلوس فى الطاولة الرئيسية ، بحيث يرمز الرقم (١) إلى أهم شخص (المضيف) ويرمز الرقم (٧) إلى الأقل شأناً .

الشكل (١٠-٢) : طريقة ترتيب الجلوس فى الطاولة الرئيسية التقليدية



وقد لا تكون هناك حاجة لطاولة رئيسية ، حيث توضع الكراسى فقط أمام الحضور فى بعض الجلسات . وإذا استخدمت منصة واقفة فيجب سؤال المتحدث عما إذا كان يفضل منصة صغيرة توضع على الطاولة مباشرة .

كما يفضل وضع لمسات فنية خلف الطاولة الرئيسية ، أما بالنسبة للزهور واللافتات التي تحمل اسم المنظمة فتوضع أمام المنصة وهذا هو مكانها المناسب . إن استخدام لوحة أو لافتة بالقرب من المنصة أو على الحائط يضمن دعاية إعلامية كبيرة للمنظمة ، خصوصاً إذا كان هناك مصورون بين الحضور ، وأحياناً يوضع على المنصة بعض الأعلام ، وإذا استخدمت الأعلام فيوضع علم الدولة التي يعقد بها الاجتماع إلى يمين المنصة أو إلى يمين علم المنظمة التي يخصها الاجتماع . وعموماً إذا استخدم العلم فالأفضل أن يكون مكان الخياطة جهة اليمين .

- الإضاءة :

ثالث عنصر هام من عناصر تصميم قاعة الاجتماع هو الإضاءة ، اذ تحدد الطريقة المستخدمة في إضاءة القاعة مكان وضع الطاولة الرئيسية ومكان الحضور وتستخدم مجموعة من الأنوار الساطعة لتسليط الضوء على مكان الطاولة الرئيسية ، ويجب أن تكون الإضاءة مصممة بحيث لا تزعج المتحدث مباشرة حينما يبدأ الحديث .

وبعض الاجتماعات تتطلب استخدام الإضاءة التي تتبع الشخص وهو يسير ، وهذه الطريقة تناسب الاجتماعات التي يتخللها نشاط عرض فوق منصة . وإذا كانت هناك حاجة ملحة لإضاءة معينة فينبغي وضع سقالة والاستعانة بكهربائي جيد لترتيب الإضاءة المطلوبة . وإذا كانت هناك حاجة لعرض شرائح أو أفلام فيجب معرفة كيفية خفض الإضاءة ، أي يجب التدريب على تشغيل الإضاءة قبل الاجتماع .

- خدمات المشروبات :

تعتبر خدمات المشروبات من الأمور الهامة التي يجب مراعاتها عند تصميم قاعة الاجتماعات ، حيث يجب تقديم الماء للمشاركين في كافة القاعات على الدوام عن طريق وضع أكواب وزجاجات ماء على امتداد الطاولة ، إذ إن تحرك الناس لشرب الماء فيه شيء من الإزعاج ، لذا من الأفضل وضع الماء مباشرة على الطاولة خصوصاً في الاجتماعات الصغيرة ، مع مراعاة أن الزجاجة الواحدة تكفي لستة أو ثمانية أشخاص .

أما بالنسبة للمقبلات فيجب وضعها مستقلة على طاولات في عدة أماكن من القاعة ، وكمعيار فإن الاجتماع الذي يحضره مائتان وخمسون شخصاً يحتاج على الأقل إلى أربع طاولات خدمة ، بحيث يوضع على كل طاولة ست أو ثماني زجاجات ماء ومن خمسين إلى ستين كأساً .

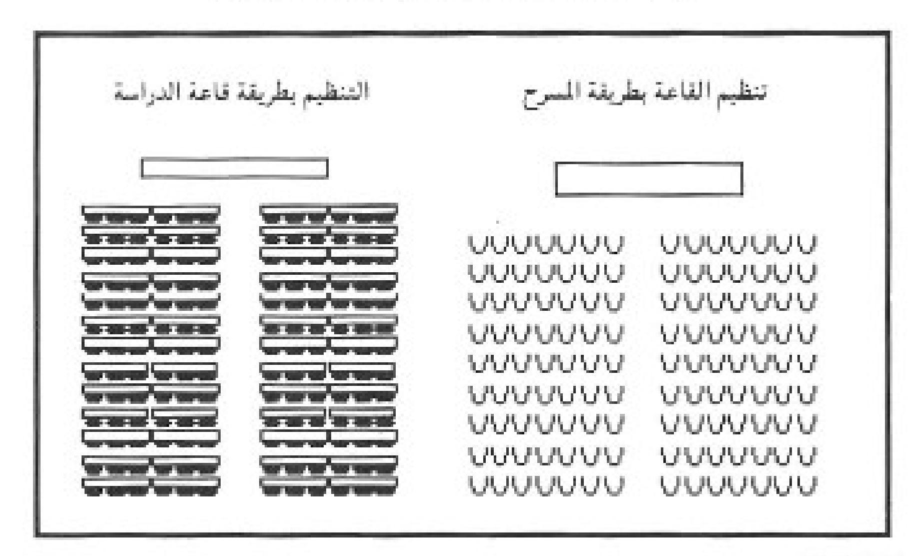
وبعض الاجتماعات لا يتخللها استراحات محددة بوقت لشرب القهوة أو العصيرات ، لذا توضع القهوة والعصيرات داخل قاعة الاجتماعات ويسمح للناس باستخدامها متى أرادوا ذلك ، وبالنسبة للاجتماعات الصغيرة فتكفي طاولة خدمة واحدة ، أما الاجتماعات الكبيرة فيجب الاستعانة بعدة طاولات خدمة ، ويجب أن يوضع الماء دائماً على طاولات الخدمة .

- طريقة الجلوس :

إن لم تكن الكراسى مثبتة على الأرض بمسامير فعلى المنظم أن يختار الطريقة المناسبة لعملية الجلوس ، لذا تعتبر طريقة الجلوس هى خامس عامل هام فى تصميم قاعة الاجتماعات . وبالنسبة للجلسات العامة فإن طريقة الجلوس التقليدية المستخدمة هى ما يسمى بطريقة المسرح أو قاعة الدراسة ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٠-٣) .

إن الفرق بين الطريقتين أنه فى نموذج قاعة الدراسة تستخدم الطاولات بالإضافة إلى الكراسى ، ويحتاج الشخص الواحد إلى متر مربع تقريباً فى القاعة التى تستخدم نموذج المسرح ، وإلى متر ونصف تقريباً فى القاعة التى تستخدم نموذج قاعة الدراسة فى الجلوس .

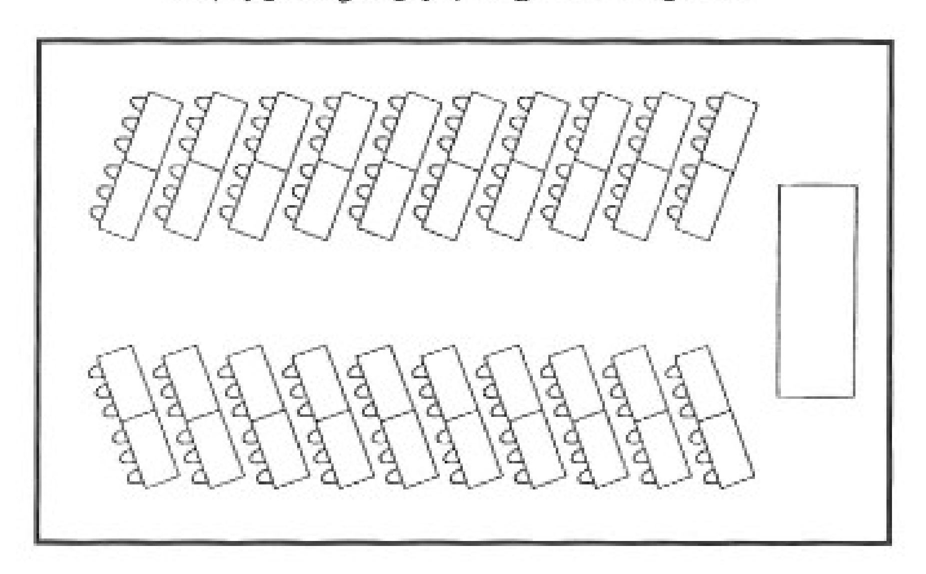
الشكل (١٠-٣) : طريقة الجلوس التقليدية



ويقدم موظفو المبنى دائماً النصائح لمنظم الاجتماع فيما يختص بطريقة الجلوس التي تتفق وأنظمة الأمن والسلامة . فمثلاً يجب ألا يقل عرض الممر في القاعة الكبيرة عن مترين تقريباً ، أما في القاعات الصغيرة فيكفي متر واحد ، وقد تنظم طريقة الجلوس بحيث يوضع ممران ، وتقسم قاعة الجلوس إلى ثلاثة أقسام ، وقد تتطلب أنظمة الأمن والسلامة وضع ممر في الخلف وآخر جانبي ، مما يسمح للشخص الذي يستخدم كرسياً للمعاقين ، أو مشاية أو عصا أن يمر بسهولة ويسر .

ويزداد تفاعل الناس عندما يواجهون بعضهم ، إن استخدام أي من الطريقتين السابقتين يسمح للحضور بمشاهدة المتحدث ، ولكنها لا تسمح لهم بمشاهدة بعضهم دون الالتفات . كما أن من مساوئهما أن المشارك يجلس خلف مشارك آخر مما قد يحجب رؤيته . لذا فإن استخدام طريقة الرقم (٧) في الجلوس قد يساعد في تخفيف المشكلات ، كما هو موضح في الشكل رقم (١٠-٤) ، علماً بأن طريقة الجلوس هذه تستخدم بطاولات أو بدون طاولات .

الشكل (١٠-٤) : طريقة الجلوس على شكل رقم (٧)



وبالنسبة للقاعات التى تستخدم لعمل المجموعات الصغيرة فيمكن استخدام إما نموذج المسرح أو نموذج القاعة الدراسية . لكن بما أن عدد المشاركين فى المجموعات الصغيرة يقل عن عدد المشاركين فى الاجتماعات العامة ، ولأن المجموعات الصغيرة تتطلب مشاركة وتفاعلاً أكثر بين المشاركين ، فيوجد هناك خيارات أخرى لطريقة الجلوس يوضحها الشكل رقم (١٠-٥) . ويستطيع المنظم أن يستعين بقوائم المسجلين المبكرين لتقدير أعداد الكراسى المطلوبة سواء للاجتماعات الكبيرة أو الصغيرة ، ومع ذلك سوف تظل هناك حاجة لمزيد من الكراسى لمواجهة التسجيل الذى يتم فى اليوم الأول للاجتماع . وإذا كانت القاعة قد رتبت حسب نموذج القاعة الدراسية وطرأت حاجة لمزيد من المقاعد ، فيمكن سحب بعض الطاولات من مؤخرة القاعة ويوضع بدلاً منها مقاعد حسب نموذج المسرح ، حيث يمكن وضع عدد أكبر من المقاعد فى حالة إزاحة الطاولات . أما إذا حصل العكس وكان عدد الحضور قليلاً ، فيمكن أن يطلب من موظفى المبنى سحب المقاعد والطاولات الزائدة ، وهذا الإجراء يجعل الناس يتقدمون إلى الأمام بدلاً من أن يتناثروا فى كافة أنحاء القاعة . إن الغرفة النصف ممتلئة تعتبر أيضاً كنصف قاعة ، وهذا يعطى انطباعاً سيئاً .

- العناصر الأخرى :

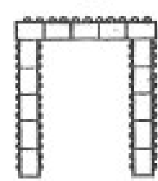
لا تقتصر عملية ترتيب قاعة الاجتماعات على العناصر الرئيسية التى سبق ذكرها وهى : أبواب الدخول وأبواب الخروج ، وتصميم الطاولة الرئيسية ، والإضاءة ، والمرطبات ، وطريقة الجلوس ، بل إن عملية الترتيب تتطلب أموراً إضافية أخرى . وفيما يلى موجز لبعض العناصر الإضافية التى يتعين على المنظم فى العادة أن يراعيها :

- ترتيب الطاولات :

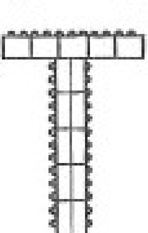
عادةً يتم تغطية الطاولات – سواء الرئيسية أو التى يجلس عليها الحضور – بقماش ، بحيث يسحب القماش من الأمام إلى أن يلامس الأرض ومن الجوانب إلى المنتصف . وهذه الطريقة تضمن عدم ظهور أقدام الناس . وفى الغالب يُسأل المنظم عن لون القماش الذى يفضله .

الشكل (١٠ - ٥) : أشكال أخرى لتنظيم الجلوس

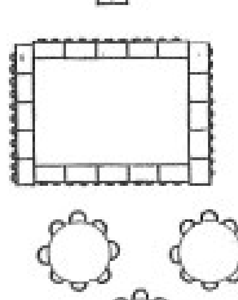
على شكل مجلس الإدارة أو المؤتمر



على شكل حرف (U) أو حدوة حصان



على شكل حرف (T)



على شكل مربع مفرغ

على شكل دائرى

وتوفر إدارة المقر عادة أقلامًا وأوراقًا وبعض الحلوى التي توضع على كل كرسي أو طاولة ، وأحياناً توفر الهيئة الراعية للاجتماع مطبوعات توزع على شكل هدايا للمشاركين ، فإذا كان الأمر كذلك فعلى المنظم أن يجدول الوقت والعمالة اللازمة لتوزيع هذه الأشياء .

خدمة الوجبات :

يمكن ترتيب قاعة الوجبات بنفس الطريقة التي ترتب بها القاعات الصغيرة التي تخصص لمجموعات العمل الصغيرة ، أو يمكن استخدام أي طاولة مربعة أو مستديرة لنفس الغرض . ويمكن أيضاً استخدام الطاولات التي على شكل مربع لخدمة عدد كبير من الناس عن طريق توصيل المربعات سوياً (انظر طريقة مجلس الإدارة في الشكل رقم ١٠-٥) ، حيث تبلغ أبعاد الطاولة المربعة الواحدة من (٦) إلى (٨) أقدام طولاً ، ومن (١٨) إلى (٣٠) بوصة عرضاً . ويجب مراعاة أن الشخص يحتاج إلى نحو قدمين للجلوس . وبالنسبة للطاولة المستديرة فيبلغ قطرها عادة (٥) ، أو (٦) ، أو (٨) أقدام ، ويستطيع من (٦) إلى (٨) أشخاص الجلوس على طاولة طعام قطرها (٥) أقدام ، أما إذا كان قطرها (٦) أقدام فيمكن لعشرة أشخاص أن يجلسوا عليها لتناول الطعام . (انظر الفصل الحادي عشر لمزيد من المعلومات عن خدمات الطعام والمرطبات) .

تنظيم أوقات تجهيز القاعات :

يجب الاتفاق مع مدير خدمات المؤتمر على أوقات تجهيز القاعات ، والتغيرات التي قد تطرأ على طريقة ترتيبها . فلا يمكن مثلاً ترتيب قاعة حسب نموذج القاعة الدراسية (انظر الشكل رقم ١٠-٢) حتى الساعة الثانية عشرة ظهراً ثم يطلب تغييرها على شكل طاولات دائرية لوجبة الغداء (انظر الشكل رقم ١٠-٤) ، وقد يحدث أن تجهز القاعة للاجتماع وللغداء معاً ، بحيث يخصص المكان القريب من المنصة للاجتماع ، ويخصص المكان الخلفي للغداء على شكل طاولات دائرية . على كل حال يجب التأكد من أن القاعة يتم تجهيزها قبل بدء الاجتماع ، حيث إن الأصوات الناشئة عن أدوات الأكل من ملاعق وأطباق تكون مزعجة .

ويجب أن يكون المنظم على علم بما إذا كانت إدارة المقر قد قامت بتأجير القاعات في الأوقات التي تسبق أو تلي أوقات عقد الاجتماعات لحساب جهات أخرى . وإذا كان

الوضع كذلك فإنه في حال تجاوز إحدى الجلسات الوقت المخصص لها فسوف يكون هناك نوع من الفوضى . ومع أن موظفي المبنى المعنيين بترتيب القاعات يمكنهم صنع المعجزات في وقت قصير ، إلا أن قدرتهم لها محدودة . لذلك كله يتعين على المنظمة استئجار القاعات فترات أطول لضمان وقت كافٍ لترتيب القاعات .

وتبرز مشاكل ازدحام جدول القاعات عندما يكون هناك اجتماع رسمي يضم مجموعة من العلماء داخل قاعات على شكل نموذج القاعة المدرسية ، ثم يتبع هذا الاجتماع حفل تخرج مع وجبة عشاء مما يستدعي ترتيب القاعة على شكل طاولات مستديرة تكفي لـ (٣٥٠) ضيفًا . فإذا فرضنا أن اجتماع العلماء جاوز الوقت المحدد وهو الخامسة والنصف وانتهى الساعة السادسة . وبما أنه من المتوقع أن يصل ضيوف حفل التخرج الساعة السابعة والنصف ، فإن ذلك يعني أنه خلال ساعة ونصف فقط يتعين إخراج (٤٠٠) كرسي من القاعة ، وفك طاولة المتحدث ، وتخزين الوسائل الإيضاحية ، وإخراج الطاولات ، وإدخال الطاولات المستديرة ووضع (٣٥٠) كرسيًا . ومع أنه بالإمكان عمل كل هذه التعديلات خلال الوقت المحدد إلا أن ذلك سيكون مربكًا للجميع .

القاعات المساندة :

بالإضافة إلى القاعات التي تعقد بداخلها الجلسات ، فقد يعمد المنظم إلى استئجار حجوزات إضافية أخرى مثل :

– قاعة للصحافة :

تجهز عادة حجرة للإعلام تكون على مقربة من قاعة الاجتماعات الكبيرة ، وحجم هذه الحجرة صغير نسبيًا ، وتكون مجهزة بتوصيلات كهربائية ومعدات تسجيل ، وبداخلها كراسٍ وطاولات ، ويكتب على الحجرة من الخارج عبارة « للصحافة فقط » ، كما يمكن تزويد القاعة بآلات كاتبة وأجهزة حاسب . وأحيانًا يوفر الفندق الذي يعقد بداخله الاجتماع خطوطًا هاتفية مباشرة ، إلا أن هذه تكون مكلفة حيث تصل التكلفة إلى (٤٠٠) دولار يوميًا . لذا يمكن وضع المقر الإعلامي بالقرب من الهواتف العامة . وإذا تقرر عقد مؤتمر صحفي فيفضل تجهيز طاولة رئيسية للمتحدثين ، وبالنسبة لترتيب القاعة نفسها فيمكن ترتيبها على شكل قاعة دراسية . وتوفر في

الغالب مرطبات توضع على طاولة في مؤخرة القاعة ، وعادة توضع منضدة عليها الكتيبات والأخبار الصحفية .

- حجرة تجهيز المتحدثين :

في العادة تخصص حجرة للمتحدثين الرسميين يستخدمونها للخلوة بأنفسهم ولكي يتمرنوا على الحديث قبل بداية الحديث الرسمي ، ويجب تزويد هذه الحجرة ببعض الإمكانات التي تساعد المتحدث مثل إمكانية مشاهدة الشرائح ومراجعتها ، والترتيب الأمثل لمثل هذه القاعة هو ثلاث أو أربع مناضد دائرية مع المقاعد . ويمكن استخدام هذه القاعة للتخزين في الأوقات التي تسبق الاجتماعات .

- أجنحة الضيافة :

إن من مهام منظم الاجتماع تهيئة أجنحة ضيافة ، وهي عبارة عن حجرة أو جناح يخصص للضيافة . إن الهدف من جناح الضيافة هو توفير مكان للمشاركين للاسترخاء ، وللتعارف فيما بينهم . وعادة يمكن تزويد جناح الضيافة ببعض المرطبات والمعجنات الخفيفة (انظر الفصل الحادي عشر) . وكما ذكر سابقًا ، فإن تنظيم الجلسات يعني التعامل مع أناس عديدين قبل وأثناء الاجتماع ، كما يجب الحصول على معلومات وافية وحديثة عن سير الأمور ، ويجب تفصيل وتوضيح التعليمات والسياسات الخاصة بالاجتماع قبل بدايته . وفيما يلي قائمتان تستخدمان للمساعدة في عملية تنظيم الاجتماعات .

قائمة تنظيم قاعة الاجتماعات العامة

قاعات الجلسات	الموقع	الوقت	وقت التمرين الاستعدادي	الاستخدام قبل / بعد

- ❑ تجهيز الحجرات المساندة .
- ❑ تجهيز لوحات الدخول الإرشادية .
- ❑ الترتيب مع رؤساء الجلسات .

قائمة خاصة بجلسة

عنوان الجلسة :

القاعة	الموقع	الوقت	وقت التمرين الاستعدادي	الاستخدام قبل / بعد

رئيس الجلسة : ....

- ❑ تحديد موقع التحكم فى الإضاءة .
- ❑ تحديد موقع جهاز التحكم في درجة الحرارة .
- ❑ توزيع المنشورات .
- ❑ توزيع استمارات التقييم .
- ❑ اللوحات الإرشادية الدالة على المدخل :

طريقة ترتيب الجلوس : ❑ قاعة دراسية ❑ مسرح العدد : ....

المشروبات والمرطبات : ❑ على طاولات ❑ في موقع موحد

عدد الأواني والأكواب : ....

مواد المنضدة : ❑ قائمة ❑ توزيع

المنضدة الرئيسية : الموقع العدد

❑ بقماش ❑ زهور ❑ لوحات إرشادية

منصة الحديث :

❑ على شكل واقف ❑ توضع على الطاولة ❑ وسط ❑ جانبي

الإضاءة :

❑ على شكل واقف ❑ توضع على الطاولة ❑ وسط ❑ جانبي

المتطلبات الخاصة بالسمعبصريات :

توضح نوعية الاجتماع وطبيعة المجتمعين بشكل عام الاحتياجات الخاصة بالسمعبصريات التي سوف تستخدم خلال الاجتماع ، فعلى سبيل المثال : قد يحتاج اجتماع مجلس الإدارة الذي يضم (٢٠) عضواً إلى صحيفة حائطية وقلم ملون سميك وجهاز عرض للشرائح . وعندما تعقد نفس الشركة اجتماعاً لكافة العاملين في وحداتها المختلفة البالغ عددهم (٣٠٠) عاملاً ، قد تكون هناك حاجة إلى استخدام عدد كبير من مكبرات الصوت . كما أنه في أغلب المنتديات العلمية التي يتم فيها عرض أبحاث علمية ، قد تكون هناك حاجة إلى أجهزة عرض للشرائح والأفلام يستخدمها أغلب المتحدثين . وقد تنطبق نفس الاحتياجات على اجتماعات الفنيين الطبيين ، ومقاولي السباكة والتكييف ، ومديري الفرق الرياضية .

وتتفاوت الاحتياجات بالنسبة لأجهزة الصوت من مكبر صوت صغير إلى أجهزة عالية الجودة «ستريو» ، ونفس الشيء بالنسبة للبصريات حيث تتفاوت من لوحة بسيطة تعلق على الحائط إلى أن تصل إلى أجهزة عرض بالغة التعقيد لها قدرات عديدة .

ويجب تشجيع المتحدثين على استخدام السمعبصريات ما أمكن ذلك ، حيث يرسل نموذج تحديد احتياجات السمعبصرية إلى كل متحدث (انظر النموذج رقم ٤-١) وقد يُحضر بعض المتحدثين أجهزتهم الخاصة بهم ، والبعض الآخر قد يحتاج إلى مساعدة في تشغيل الأجهزة التي لم يتعود عليها . وعلى منظم الاجتماع أن يحدد قبل كل جلسة الجهة المعنية بإصلاح الأعطال الفنية في الأجهزة السمعبصرية ، وما إذا كانت هناك أجهزة احتياطية لاستبدال ما يعطب منها .

- أجهزة الصوت :

تستخدم عادةً مكبرات الصوت خلال الاجتماعات . والوضع المثالي هو استخدامها عندما يزيد عدد الحضور على (٢٥) فرداً . أما في الاجتماعات الصغيرة فقد لا يستخدم مكبرات للصوت إذا كان الحضور يسمعون المتحدث بوضوح . وقد تكون هناك حاجة لأكثر من مكبر صوت على المنضدة الرئيسية إذا كان هناك أكثر من مشارك في

نفس الوقت . وقد توضع المكبرات بشكل متناثر أمام الحضور لتسهيل عملية مشاركتهم . وتقوم الفنادق عادةً بتأمين مكبرات الصوت للاجتماعات وتحصل على رسم مقابل ذلك .

كما يمكن وضع مكبر الصوت مباشرة على المنصة أو تثبيته على حامل . وأغلب مكبرات الصوت يمكن فصلها بسهولة عن الحامل مما يتيح للمتحدث التحرك أثناء الحديث . ويتعين على المنظم أن يتأكد من أن التوصيلات الخاصة بأجهزة المتحدث ليست عائقًا قد يسقط بسببه ، وهناك أنواع من المكبرات تسمى «لافلير» تثبت بمشبك على الياقة أو تعلق بخيط على رقبة المتحدث .

أما بالنسبة للسماعات ومكبرات الصوت فهي إما أن تكون مثبتة أصلاً في المبنى وإما أن تجلب إلى داخل القاعة . وتنفع المثبتة أصلاً للمحاضرات والخطب العادية ، أما المناسبات التي تتخللها موسيقى فقد تكون هناك حاجة للسماعات والمكبرات العالية الجودة .

ويستحسن تعليق سماعات الصوت في أعلى نقطة داخل القاعة : لأن السماعة التي توضع على الأرض تجعل الصوت يتجه لأسفل ، مما قد يحجبه عن الجالسين في المقاعد الخلفية : لأن الصوت يضيع بسبب الأثاث والقماش الذي يوضع على المناظر ، وبسبب حجب أقدام الجالسين في الصفوف الأولى له . كما أن وضع المكبرات في مكان قريب جداً من المتحدث يسبب حدوث صدى مزعج .

وتضفي الموسيقى جواً هادئاً في مناسبات عديدة ، فإذا أذيعت بصوت خافت خلال مناسبات الاستقبال أو الولائم فإنها تكون مناسبة جداً ، وأحيانًا تستخدم الموسيقى بحيث تتزامن مع دخول المتحدث وذلك كنوع من التفخيم ، وفي بعض الاجتماعات يشترك الحضور في غناء النشيد الوطني الخاص بهم . وإذا كان اللقاء يتخلله حفل غنائي فلا بد من توفير تجهيزات متطورة تناسب الحفل ، وفي مثل هذه الحفلات يقوم الفنانون باختيار هذه التجهيزات ووزنها حسب الشكل الذي يلائمهم ، لذلك فقد يطلب من منظم الاجتماع حجز قاعة تخصص للحفلة الموسيقية . ويتعين على المنظم أن يعمل جنبًا إلى جنب مع المغني وأصحاب المبنى للتأكد من أن التجهيزات المؤمنة صالحة

للاستخدام ، وأن هناك مقابس كهربائية كافية لتشغيل التجهيزات ، وأن القاعة التى تم اختيارها ليس بها صدى صوتى .

ويجب اختبار جميع أجهزة تكبير الصوت والأجهزة الموسيقية وذلك لاختيار جهازين منها ، ويفضل عمل هذا الاختبار قبيل كل جلسة . وسوف يظهر الاختبار ما إذا كان يتعين خفض الصوت أو رفعه قبل بدء الاجتماع ، حيث إن أجسام الحضور تمتص جزءاً من الصوت . ويجب تعيين شخص (رئيس الجلسة مثلاً) ليقوم برفع مستوى الصوت أو خفضه بشكل يناسب الحضور ويجعلهم يستمتعون بما يذاع .

- الوسائل البصرية المساعدة :

من الوسائل التى يستخدمها المتحدثون عادة لوحة الحائط أو اللوحة القلابة وأقلام الكتابة الملونة العريضة . وقد يستخدم جهاز عرض الشرائح إلا أن استخدامه يشوبه شيء من عدم الوضوح ، وهو أقل فعالية من جهاز عرض الشرائح الصغيرة المصورة ، كما تستطيع اللوحات البيضاء الإلكترونية عرض المادة المطبوعة على الشاشة مباشرة ، وأيضاً تصوير ما يعرض على ورق عادى . ولإنجاز ذلك نحتاج إلى طباشير وأقلام عريضة ملونة وورق شفاف .

تستخدم فى العادة أجهزة عرض شرائح صغيرة أو أجهزة عرض الأفلام ، وهى إما أن تدار بواسطة شخص متخصص ، وإما بواسطة المتحدث عن طريق استخدام التحكم عن بعد . ويوجد فى بعض القاعات أجهزة عرض موضوعة وراء الجدار الخلفى ، وبالنسبة لكل أجهزة العرض يجب توفير مصابيح إضافية لها تحسباً لحدوث أعطال .

أما في الأماكن الكبيرة فإن الأمر يتطلب أجهزة عرض ضخمة وشاشة عرض مناسبة ، حيث إن الشاشة الصغيرة المعلقة على حامل لن تستطيع عرض صورة بشكل واضح أمام (٢٠٠) شخص ، ويجب وضع الشاشات على ارتفاع خمسة أقدام لكى يمكن رؤيتها بوضوح . ويوجد في كثير من مقار الاجتماعات شاشات مثبتة بشكل دائم داخل القاعات ، والبديل الآخر هو العرض الخلفى حيث توضع الشاشة مقابل أجهزة العرض . وعند استخدام العرض الخلفى يجب ترك (٢٠) قدماً على الأقل : لكى يمكن الاستفادة من العرض الخلفى ، ويجب إيصال الصوت باستخدام المكبرات الموجودة

فى المبنى . كما يجب التأكد من أنه بالإمكان تصميم القاعة بشكل يكفي لعرض الأفلام بوضوح ، ويجب دائمًا التدرب على استخدام الأجهزة ، وإذا كنت تنوى استخدام شاشة محمولة ، فحاول تغطيتها بنوع من القماش على الجوانب لكى يكون شكلها أكثر قبولاً .

وبالنسبة لجهاز التلفزيون فلا يكفي مقاس (١٩) بوصة لكى يشاهده (٢٥) من الحضور بوضوح ؛ لذا يفضل وضع عدة أجهزة فى أنحاء متفرقة من القاعة ، وتستطيع بعض أجهزة الفيديو عرض المشاهد على شاشة من الحجم الكبير . ويتعين ملاحظة أن أشرطة الفيديو المصنعة خارج الولايات المتحدة الأمريكية قد لا تناسب الأجهزة المستخدمة داخلها . وتعتبر الدائرة التلفزيونية المغلقة من أكثر وسائل الإيضاح تقدمًا ، حيث يمكن استخدامها عندما لا يستطيع المتحدث حضور الاجتماع . وتستخدم بعض المؤتمرات الدوائر التلفزيونية المنفصلة لإذاعة أحاديث قصيرة موجهة للحضور يلقيها بعض المرموقين اجتماعيًا . ويجب ألا تُترك عملية ترتيب النقل التلفزيونى فى الدائرة المغلقة لشخص غير متمرس فى هذا النوع من الأعمال ، ويمكن استخدام الدائرة التلفزيونية أيضًا فى عملية توصيل المشاركين مع بعضهم البعض إلكترونيًا ، إلا أنه بسبب ارتفاع تكلفة هذه العملية ، ولصعوبة التنسيق ، فإنها لا تناسب كل الاجتماعات .

لقد أصبح الحاسب الآلى ، كما هو متوقع ، وسيلة تقديم وإيضاح ، حيث يستطيع المتحدث أن يحل مشكلة ما ، أو أن يصمم تصميمًا معينًا على الحاسب ثم يقوم بعرضه على الشاشة أمام الحضور . إن هذه الطريقة مفيدة جداً خصوصاً فى الجلسات التدريبية . وكما ذكر سابقا ، يمكن استخدام الحاسب أيضًا فى عملية زيادة التفاعل بين المشاركين فى الاجتماع ، أو بين المشاركين والمتحدث .

- الخدمات المتخصصة :

قد يتعين فى بعض الاجتماعات تقديم تسهيلات وخدمات للمتحدثين وللمشاركين الذين لا يستطيعون حضور الاجتماع ؛ لذا يتعين على المنظم أن يتأكد من وجود التجهيزات المطلوبة ، ووجود فنيين لإدارة هذه التجهيزات ، وكذلك توفر التنسيق

المطلوب لمثل هذه الخدمات : ومن الأمثلة على هذه الخدمات ، خدمة النسخ ، وخدمة الترجمة الفورية .

– خدمة النسخ :

بعض الاجتماعات تسجل بكاملها على أشرطة حيث يتم عن طريقها إرسال مداولات الاجتماع إلى الذين حضروا ، أو تباع للحضور وغيرهم . وقد تصل تكلفة تسجيل مداولات الاجتماع بطريقة دقيقة ونسخها ما يقارب ثلاثمائة دولار يومياً ، وقد تحاول بعض الشركات الفنية الحصول على إذن لتصوير وتسجيل وقائع الاجتماع ثم تقوم ببيع الأشرطة ، وإذا اتبع هذا الترتيب فلن تكون هناك تكلفة لراعي الاجتماع . كما أنه باستخدام هذه الطريقة يمكن تحضير الأشرطة حال انتهاء الجلسة .

إذا تقرر تصوير الجلسة فيجب توخي الحرص بحيث لا تزعج الإضاءة الحضور ، حيث يجب أن تثبت الإضاءة بعيداً عن عيون المتحدث لكي لا تزعجه ، كما يجب أيضاً تشجيع المتحدثين على التمرن مسبقاً على خطبهم قبل عملية التسجيل ، ويجب تشجيعهم أيضاً على ارتداء ملابس أنيقة وملونة لكي يظهروا بشكل أنيق في الفيلم .

وأخيراً يجب أن تتأكد من الحصول على إذن بالتصوير والتسجيل ، ويتم ذلك عادة بأن يوقع المتحدث على ورقة يسمح بها لشخص أو شركة ما أن تسجل وتوزع حديثه .

– الترجمة الفورية :

قد يتطلب الاجتماع الذي يحضره أجانب ترجمة فورية ؛ لذا لا بد أن يتوفر في القاعة توصيلات كهربائية تكفي لعملية الترجمة . ويحصل المنظم عادة على مساعدة من متعهد أو استشاري في عملية التخطيط للترجمة الفورية .

وهناك نوع آخر من الترجمة الفورية وهو توفير متخصصين في الترجمة لمن هم مصابون بالصمم ، وذلك باستخدام لغة الإشارة الأمريكية . لذا يجب توفير المتخصصين بهذا النوع من الترجمة ، ويجب أيضاً إبلاغ المتحدثين أن حديثهم سوف يترجم .

التكلفة :

إن تكلفة الوسائل السمعبصرية ، والفنيين الذين يقومون بتشغيلها قد تكون باهظة ،

حيث إن أجور مثل هذه الأشياء عادةً تكون مرتفعة . ويتوفر في بعض المباني أجهزة سمعبصرية مع الفنيين اللازمين لتشغيلها ، وبعض المباني تتعاقد مع جهة خارجية لمثل هذه الأشياء . أما بالنسبة لأجهزة تكبير الصوت والشاشات ، فأغلب المباني يوجد لديها مثل هذه التجهيزات .

ويوضح الشكل (١٠-٦) عينة لتكلفة التجهيزات السمعبصرية . لذلك فإن المنظم يجب أن يتأكد من توفر التجهيزات التي يحتاجها المتحدث ، وعليه أيضاً أن يتأكد من أن التجهيزات التي تطلب يتم استخدامها بالفعل ، فليس من المعقول أن تجهز كل قاعة بجهاز عرض شرائح صغيرة إذا كانت مثل هذه التجهيزات لن تستخدم .

الشكل (١٠-٦) : تكلفة التجهيزات السمعبصرية

نوع الجهاز	الأجر اليومى (بالدولار)	نوع الجهاز	الأجر اليومى (بالدولار)
الفيديو :		**مستلزمات الاجتماع :**	
مشغل أشرطة	١٠٠ دولار	جهاز طابعة آي بي إم	٥٠
مسجل أشرطة في إتش إس	٨٥	مؤشر ليزر	٥٠
تلفزيون ١٩ بوصة	٨٥	حامل ورق قلاب (شراء)	١٢
شاشة ملونة ٢٥ بوصة	١٢٥	أقلام كتابة عريضة (شراء)	٢
جهاز تصوير فيديو	٢٠٠	**إضافات :**	
جهاز عرض على الشاشة	اتصل لتحديد الأسعار	جهاز تحكم ٣٥ ملم بدون سلك	٢٠
أجهزة عرض الشرائح :		حامل جهاز عرض	١٠
جهاز عرض شرائح	٢٥	عربة عرض ٤٢ بوصة	١٥
جهاز عرض شرائح صغيرة	٢٥	عربة عرض ٥٤ بوصة	١٨
جهاز عرض فيلم ١٦ ملم	٤٠	حامل شرائح إضافي	٢.٥
الشاشات :	أمامى　خلفى	**العمل :**	
شاشة ٦ بوصات	٢٥　—	التركيب والإصلاح	٢٠ في الساعة
شاشة ٨ بوصات	٣٥　—	المشغل (٣ ساعات عمل)	٤٠ في الساعة
شاشة ١٠ بوصات	٧٠ – ٩٠		
شاشة ١٢ بوصة	٨٥ – ٩٠		

تابع الجدول السابق :

نوع الجهاز	الأجر اليومى	نوع الجهاز	الأجر اليومى
أجهزة الصوت		جدول الأجور :	
جهاز تسجيل	٤٠	- من السابعة صباحًا إلى السابعة مساءً من الاثنين إلى السبت دوام متواصل ، مايزيد عن ٨ ساعات متواصلة .	مرة ونصف من السعر
مكبر صوت	٢٥		
مكبر صوت معلق	٢٨		
مكبر صوت بدون سلك	١٠٥	- من السابعة مساءً إلى الثانية عشرة ليلاً من الاثنين إلى السبت .	مرة ونصف من السعر
جهاز دمج صوت ٤ قنوات	٣٠		
سماعة مثبتة	٥٠	- من السابعة صباحًا إلى الثانيه عشرة ليلاً يوم الأحد .	مرة ونصف من السعر
أنظمة صوت	اتصل للحصول على السعر	من الثانية عشرة مساءً إلى السابعة صباحًا لمدة سبعة أيام .	ضعف السعر
		فى الاجازات .	ضعف السعر

ويبين الشكل رقم (١٠-٧) تكلفة التجهيزات السمعبصرية لاجتماع ما ، ويلاحظ أن تكلفة النسخ مذكورة كذلك .

إن الحصول على تجهيزات مناسبة ، وفنيين لتشغيلها سوف يضمن عدم حدوث أعطال أو مشاكل خلال عقد الاجتماع . إن استخدام قائمة تجهيز السمعبصريات التالية سوف يذكّر المنظم بالوظائف المتعددة المتعلقة بترتيب مثل هذه التجهيزات .

الشكل (١٠-٧) : عرض بتكلفة الأجهزة والخدمات السمعبصرية

أسعار التقنيات الإلكترونية

١٢٣ الشارع العام

مدينة ... / الولايات المتحدة الأمريكية

هاتف رقم : ١٢٣٤٥٦ (١٠٠)

إلى السيد مدير القسم / الفني

٢٣٤ الشارع الأول - مدينة ٠٠٠ / الولايات المتحدة الأمريكية

المناسبة : .... الموقع : ....

التاريخ : ٦-٨ / ١٠ / ١٩

فيما يلي عرض بالخدمات والتجهيزات للمناسبة المذكورة آنفًا وذلك حسب طلبكم . تبلغ مساحة قاعة الاجتماعات الرئيسية (١٠٠) قدم ، وهى تحتاج إلى أجهزة عرض شرائح قوية .

التجهيزات	الأجر اليومى (بالدولار)	المجموع
قاعة الاجتماعات : ٢٠٠ اليوم الأول / ١٠٠ بعد ذلك		٤٠٠
(٢) عدسة ١٢ بوصة	٢٥	١٥٠
(١) شاشة عرض ١٠.٥ × ١٤ بوصة	٦٥	١٩٥
١ مجموعة ستائر	٣٥	١٠٥
١ جهاز عرض الشرائح	٢٥	١٠
١ مؤشر كهربائى	٢٠	٦٠
١ جهاز عرض شرائح صغيرة	٤٠	١٢٠
٨ عبوات شرائح صغيرة	بدون رسم إيجار	
١ عامل للعرض سعر الساعة (١٠٠) عدد الساعات		٨٤٠
(٢٨) (يحتاج إلى أربع ساعات للفك والتركيب)		
توصيل التجهيزات وإعادة نقلها		٤٠
التسجيل وتجهيزاته	٢٠٠	٩٠٠
النسخ (٣) للصفحة (٣٥) صفحة فى الساعة		
(لمدة ٢٠ ساعة)		٢١٠٠
المجموع :	٥٠١٥	

يرجى التوقيع على العقد وإعادته .

الفنى .... مدير ....

قائمة المواد السمعبصرية :

- ☐ تم الاستفسار من المتحدث عن احتياجاته .
- ☐ تم تعبئة البيانات الخاصة بالجلسات .
- ☐ تم فحص التجهيزات الموجودة فى الفندق .
- ☐ تم توقيع العقد :
  - اسم المؤسسة ....
- ☐ تم استئجار عمال :
  - قيمة الأجرة ....
  - عدد الساعات ....
- ☐ تم التنسيق بالنسبة للنسخ :
  - اسم الناسخ ....
- ☐ تم الحصول على إذن بالنسخ من المتحدث .
- ☐ تم التعاقد على تصوير الفيديو .
  - اسم الجهة ....
- ☐ تم الحصول على إذن بتوزيع أشرطة الفيديو .
- ☐ تم التعاقد مع مترجمين .
  - الاسم ....
- ☐ تم التعاقد مع فرقة موسيقى .
- ☐ تم توفير التجهيزات اللازمة لرؤساء الجلسات .
- ☐ تم تجهيز حجرة الاستعداد .

نشاطات الفصل :

١ – صمم طاولة رئيسية لعدد ستة مشاركين ، ويجب أن يشتمل التصميم على أعمال الديكور ، والمكبرات ، والمنصة .

٢ – صمم قاعة اجتماع لمجموعة مكونة من ٢٠ شخصاً ومتحدثين .

٣ – ابحث في منطقتك عن سعر استئجار :

أ – جهاز عرض فيلمي (فيديو) .

ب – شاشة عرض أفلام فيديو .

جـ – جهاز عرض شرائح من النوع الجيد .

د – مصباحي جهاز كشاف .

٤ – اتصل بفندق محلي واستفسر عما إذا كانوا يوفرون أقلام سبورة ، أوراقًا مطبوعة ، وشاشات للاجتماعات .

٥ – احصل على أسعار فندقين لاستئجار أجهزة تكبير الصوت .

قائمة مراجعة وسائل الإيضاح
السمعية والبصرية المستخدمة فى الاجتماع

الوظيفة (المهنة)	الموقع	الزمن

كرسى المراقب :

- التأكد من مفاتيح الإضاءة .
- التأكد من مصادر الطاقة .
- مراجعة (التأكد من) عدم انتشار الضوء من خلال النافذة أو الباب .
- تأمين تعرض الأسلاك للأرض .
- رقم الميكروفون النوع
موقع الميكروفون السماعات / المضخمات (مضخم الصوت)
- اختبار (تجربة) الميكروفون
- الفلم المعروض على البروجكتر . - الشاشة .
- موقع البروجكتر (الوضع) - ستارة (التسيتر) .
المصابيح الإضافية . - فحص المعدات .
- شرائح العرض . - الشاشة .
- الموقع (الوضع) . - ستارة .
- مصابيح إضافية . - فحص المعدات .
- جهاز التحكم عن بعد . - عدد الأرفف .
- البروجكتر الرأسى . - الشاشة .

- الموقع . - ستارة .
- مصابيح إضافية . - فحص المعدات .
- علاقات / شفافية .
- فى سى أر الوضع (الحالة) .
- أجهزة الرقابة الوضع (الحالة) .
- شريط التلقين . - فحص المعدات .
- تلفزيون الدائرة المغلقة الوضع المناسب .
- أجهزة المراقبة الوضع المناسب .
- وحدات الحاسب الوضع المناسب .
- فحص المعدات . - الأقراص المطلوبة
- جهاز تسجيل وتشغيل أقراص سى دى . - فحص المعدات .
- الأشرطة المتحصل عليها .
- أدوات موسيقية الوضع المناسب .
- فحص المعدات .
- جدول (رسم) بيانى . - علاّمة (معلمة) / ورق
- سبورة طباشير / سبورة بيضاء . علامة (معلمة) / طباشير / مساحة .

الفصل الحادى عشر

خدمات الطعام والمرطبات

بعد الانتهاء من هذا الفصل ستكون قادرًا على :

١ - التخطيط لقوائم طعام جيدة .

٢ - ترتيب وتنسيق حفلات الاستقبال .

٣ - ضبط تكلفة المرطبات والتحكم فيها .

٤ - عمل الميزانية اللازمة للطعام والمرطبات .

لا تقتصر أهمية الطعام والشراب على أنها من ضرورات الحياة ، وإنما تعتبر من ملذات الحياة . ومع أنه من السهل جداً إشباع الشخص الجائع ، إلا أن إعداد وجبة متناسقة ولذيذة يتطلب جهداً ووقتاً ، خصوصاً إذا كانت الوجبة تعد لمناسبة ما . ورغم أن الاجتماعات التى يتخللها وجبة غداء فقط كثيرة ، إلا أنه حتى لو تخلل الاجتماع نشاطات أخرى مثل : توزيع أوسمة ، أو جمع تبرعات ، أو حفلة ترفيهية ، أو الاستماع إلى متحدث ، أو مزاولة نشاطات تجارية ، فإن وجبة الطعام تظل من الأمور التى تحظى باهتمام الجميع .

وإذا استمر الاجتماع لأكثر من ثلاث ساعات ، فإنه يتعين تقديم أطعمة أو مرطبات حتى ولو كانت خفيفة ، حيث إن تقديم الوجبات أو المرطبات والاستقبالات تعتبر جزءاً لا يتجزأ من الاجتماعات .

ويتعين على المنظم أن يراعى النقاط التالية عند التخطيط لتقديم وجبات ومرطبات :

١ - الموقع : أين سيتم تقديم الوجبات والمرطبات ؟

٢ - التوقيت : متى سيتم تقديم الوجبات والمرطبات ؟

٣ - قائمة الطعام : ما الذى سيقدم للناس ؟

٤ - ترتيب الطاولات وطريقة الخدمة - كيف سيتم تصميم القاعة المخصصة ؟ وما هو نوع الخدمة التى ستتبع ؟

٥ - التكلفة : كم ستكون تكلفة حفلة الطعام والمرطبات ؟ وكيف سيمكن التحكم فى عملية الدخول للمناسبة ؟

استراحات المرطبات :

يعتبر الوقوف بجانب جهاز إعداد القهوة أو المشروبات الباردة من المناظر المألوفة جداً ، حيث إن حسن سير يوم العمل يعتمد على استراحات القهوة الصباحية والمسائية . والاستراحات هذه هى أيضاً جزء هام من أى اجتماع ومهمة لراحة المشارك النفسية . وحتى لو لم يتخلل الاجتماع أى مناسبة تقديم وجبة ، فيجب على الأقل أن يتضمن استراحة لتناول القهوة .

ولم تعد استراحات تناول المرطبات مقصورة على تناول القهوة والفطائر . ومع أن القهوة لا تزال هى الأساس بالنسبة للاستراحات التى تتخلل الاجتماع ، إلا أنه يتم حالياً تقديم مرطبات وأطعمة متنوعة خلال الاستراحات . كما أن المسئولين فى المبانى التى تعقد بها الاجتماعات يحرصون على إرضاء أذواق الناس ، خصوصاً أولئك الذين يحرصون على صحتهم ، وذلك عن طريق تقديم فواكه وعصائر وماء معلب ومعجنات قليلة السكر وقليلة الدهن . وقد تشتمل الاستراحة أيضاً على تمرين عضلى أو لعبة حركية جماعية منظمة .

- الموقع :

فى بعض الاجتماعات ، يتم تقديم القهوة والمرطبات داخل قاعة الاجتماع طوال اليوم (انظر الفصل العاشر) ، حيث يتم وضع مائدة المرطبات فى مؤخرة القاعة بجانب الحائط ، ويتم التنبيه على المشاركين باستخدامها إذا رغبوا . وإذا تم هذا الترتيب فإنه يجب إبلاغ إدارة المقر بتموين الموقع بالمشروبات والمرطبات بصفة دورية .

وفى أغلب الاجتماعات تقدم المرطبات فى مكان مجاور لغرفة الاجتماع . وفى الاجتماعات الكبيرة يخصص مكان المرطبات قريباً من منضدة التسجيل والاستعلامات وقريباً من دورات المياه . ويوجد فى بعض المبانى تجهيزات كهربائية فى وسط صالة الاستقبال تسمح بوضع المرطبات فى محل متوسط مفتوح للجميع .

إن تقديم المرطبات فى مكان مختلف عن مكان الاجتماع يسمح بتغيير الجو ويضفى نوعاً من الخصوصية على المناسبة ، ومن المواقع المفضلة المسبح أو فناء فسيح مجاور للمبنى . وإذا تم اختيار مكان مجاور فيجب أن يمنح المشاركون وقتاً أطول لكى يستمتعوا بالفترة المخصصة للمرطبات .

- التوقيت :

إذا تم الاتفاق على تخصيص وقت للمرطبات ، فينبغى ذكر ذلك خلال إعداد الجدول وإبلاغ المشاركين بذلك خلال الاجتماع . على كل حال فإنه ينبغى جدولة استراحة مرطبات بعد كل ساعتين من الاجتماع ؛ لإعطاء المشاركين فرصة للتجول والاسترخاء .

وتجدول الاستراحات عادة في منتصف الجلسة الصباحية وأيضاً في منتصف الجلسة التي تعقد عند الظهيرة . وبالنسبة للاستراحات الصباحية فإن تقديمها قبل منتصف الصباح سوف يناسب أولئك الذين لا يتناولون فطوراً كبيراً في الصباح . ومن نفس المنطلق فإن استراحة الظهر تجدول (لاحقًا) . وذلك أن أغلب الناس يكونون قد تناولوا غداء كبيراً . ويخصص ما بين (٢٠-٣٠) دقيقة للاستراحات لإعطاء الناس وقتًا كافيًا للاستمتاع بالاستراحة ، والذهاب لدورات المياه ، وإجراء محادثات هاتفية ، وكذلك التحدث إلى المشاركين الآخرين .

- قائمة الطعام :

تقدم في العادة قهوة عادية وقهوة بدون كافين وشاي وشوكولاته ساخنة خلال استراحة الصباح ، وأحياناً بعض المعجنات ذات المذاق الحلو ، إلا أن استخدام السكر يساعد على الخمول ولا يساعد على شحذ الهمم . وتقدم أغلب الفنادق القهوة والمشروبات الباردة جنباً إلى جنب ، إلا أن الناس يختارون الآن المشروبات الخالية من السكر وكذلك المياه المعلبة .

قد يمل الناس من استراحات القهوة هذه ، لذا فإن التخطيط الجيد يضفي شيئًا من البهجة على تلك الاستراحات . فعلى سبيل المثال فإن استخدام الزبادي ، والفواكة الطازجة ، ومرقة الخضراوات الطرية ، وأنواعًا من المكسرات سوف يروق للحضور .

كما أنه بالإمكان تنظيم قائمة أنواع المرطبات لكي تناسب طبيعة الاجتماع ، حيث يمكن بمساعدة العاملين في الفندق ترتيب حفلة شاي باستخدام الخزف الصيني الفاخر . ويمكن إضفاء جو احتفالي على المناسبة عن طريق تقديم البالونات والفشار والحلوى القطنية والتفاح المطلي بحلوى الكاراميل . ويطلب من الذين يقومون على الخدمة ارتداء ملابس مهرجين .

- طريقة ترتيب الخدمة :

تقدم المرطبات عادة على شكل بوفيه مفتوح ، بحيث يستطيع المشاركون تناول يريدون مما هو معروض أمامهم . فهم يقومون بأنفسهم بفتح زجاجات المرطبات ، ويصبون قهوتهم بأنفسهم ، ويضعون المرطبات مستخدمين الكؤوس المعروضة . أي أن

العاملين فى المبنى لا يتدخلون فى عملية تقديم الخدمة ، إلا أن أغلب الفنادق تستقطع رسماً مقابل هذه الخدمة .

– ضبط المصروفات :

عند تحديد كمية المرطبات يجب أن نتوقع أن كل من يحضر سوف يتناول كوباً من القهوة أو علبة مرطبات واحدة ، وسوف يأكل شيئًا مما يقدم من المرطبات . وبعض الناس لا يتناولون المرطبات ، والبعض الآخر يأكل مرتين . ويجب ملاحظة أن درجة حرارة القاعة قد تؤدى إلى استهلاك مزيد من القهوة أو مزيد من المشروبات الباردة حسب الحالة ، ويجب على المنظم أن يراقب مكان المرطبات بين الحين والآخر للتأكد من وجود كمية كافية ، حيث إن الحاضرين قد يتضايقون إذا وجدوا أن المرطبات قد نفدت ، لذا يجب إبلاغ العاملين فى المبنى بسرعة تموين الموقع بالمرطبات .

وتعتبر استراحة القهوة والمشروبات الباردة من أرخص الأنواع تكلفة ، ولكن لا نستغرب إن وصلت تكلفة علبة المرطب البارد إلى دولارين ، حيث إن إدارة المقر تحسب التكلفة عن طريق حصر العلب التى استهلكت فى نهاية استراحة المرطبات . ويجب ملاحظة حجم علبة المرطبات التى تقدم للضيف ، حيث يمكن أن تستخدم كوسيلة للحصول على تخفيض من الجهة التى تؤمن المستلزمات ، فاستخدام العلب ذات الحجم الصغير أفضل من العلب الكبيرة التى عادة ما يتركها الشخص بعد أن يملأ كأسه مرة واحدة ، فإذا لم يستخدمها شخص آخر فإن ما يتبقى فى العلبة يعتبر خسارة . لذا فإن استخدام العلب الكبيرة يشجع على الهدر .

وبالنسبة للقهوة فقد يتم احتساب تكلفتها على أساس عدد الأكواب ، ولكن الغالب أن القهوة تباع بكميات مثل الجالون ، حيث تسكب داخل غلاية خاصة بحيث يستطيع المشاركون استخدامها بأنفسهم . ويكفى الجالون عادة لعشرين كوباً ، لكن هذا العدد يختلف حسب اختلاف حجم الكوب المستخدم ، وتستطيع غلاية القهوة استيعاب ثلاثة أو أربعة جالونات قهوة . وقد تصل تكلفة جالون القهوة فى الولايات المتحدة إلى (٤٠) دولاراً تقريباً .

إن مراقبة مكان المرطبات الذي يوضع في موقع عام أو قاعة قريبة من غرفة الاجتماع أمر صعب جداً ؛ لأنه بإمكان أناس آخرين من اجتماع آخر أن يحصلوا على كوب من القهوة أو مرطب بارد . حقيقة ليس بالإمكان فعل أي شيء حيال هذا الأمر ، لذا من الأفضل عدم التدخل ، حيث إن سائر الاجتماعات الأخرى توفر مرطباتها الخاصة بها ، مما يجعل الخسارة موزعة بين هذه الأماكن ، أما في الأماكن المحصورة فيمكن ضبط عملية الدخول إليها عن طريق الكوبونات أو بطاقات الأسماء على سبيل المثال .

وبالنسبة للاجتماعات التي لا يخصص لها ميزانية فيطلب من المشاركين دفع رسم بسيط مقابل القهوة أو المرطبات التي يستهلكونها . إذا كان هذا هو الحال فيجب زيادة مدة الاستراحة لكي يمكن إجراء تحصيل الرسوم بطريقة صحيحة ، وإذا توفرت الثقة فإنه يمكن وضع وعاء صغير يخصص لجمع النقود وبجانبه لوحة صغيرة لتنبيه المشاركين إلى ضرورة الدفع ، ويوضع ذلك فوق منضدة الخدمة .

وأحياناً قد ترغب إحدى المنظمات الخارجية في تحمل مسئولية تقديم المرطبات مقابل السماح لها بالدعاية عن طريق اللوحات الإعلانية ، وتوزيع بعض المنشورات على الحضور .

إن الاستراحة ضرورية لأنها بمنزلة راحة جسمانية ونفسية من الاجتماع ، كما أن الاستراحة هي الفرصة الوحيدة أمام المشاركين للتعارف والتحدث معاً .

الوجبات الكاملة :

ليس منا من لا يتذكر وجبة معينة لا تزال عالقة في الذهن . ومع أن الطعام في حد ذاته قد لا يكون من الدرجة الأولى ، إلا أن الجو المميز للجلسة يجعلها مختلفة عن غيرها . لذا يجب على من يقوم بتنظيم الوجبات أن يضمن الجو المناسب الذي يحوز على رضا المدعوين .

- الموقع :

يتم في العادة تقديم أغلب الوجبات التي تقدم للمشاركين في الاجتماع في نفس المبنى الذي يعقد فيه الاجتماع . لهذا السبب فإنه من الضروري تذوق الطعام الذي

يقدم داخل المبنى قبل اختياره للاجتماع .

ويجب تقديم الوجبات فى موقع غير القاعة التى يعقد بها الاجتماع ، فلو وجد مثلاً امتداد خارجى للمبنى أو جزء من السطح (شرفة) فسوف يكون مكاناً مناسباً لتقديم وجبة . أما الوجبات التى تقدم لمجموعة كبيرة من الناس فهى عادة تقدم داخل قاعة كبيرة مخصصة لهذا الغرض .

وأحياناً قد تقدم وجبة داخل قاعة العرض أو قاعة المؤتمر ، وفى هذه الحالة يتم التعاقد مع متعهد لتجهيز وتقديم الوجبة ، أما فى الحالات العادية فإن تنظيم هذه الوجبة هو نفس الترتيب والتنظيم كما لو كانت تقدم داخل مبنى الفندق . أما إذا لم يكن تقديم الوجبات جزءاً من برنامج المؤتمر فقد يتم تجهيز موقع لتقديم الشرائح والفطائر فى المدخل أو البهو الخاص بالموقع .

قد يكون تناول وجبة خارج الجو الخاص بالاجتماع أمر محبذ لدى المشاركين ، ولكن عملية التخطيط لوجبات تقدم خارج نطاق الاجتماع أمر صعب ، ويزيده تعقيداً تنظيم المواصلات بالنسبة للمشاركين (انظر القسم الثانى الخاص بتناول الوجبات خارج مقر الاجتماع) .

- التوقيت :

فى أمريكا الشمالية يتم تناول الفطور ما بين الساعة السابعة والتاسعة صباحاً ، والغداء ما بين الحادية عشرة والنصف والواحدة ظهراً ، والعشاء ما بين السادسة والثامنة مساءً ، ولكن فى أمريكا اللاتينية وجنوب أوروبا لا يتم تقديم الوجبة المسائية قبل التاسعة مساء .

ويجب تحديد وقت تناول الوجبات عند التخطيط لبرنامج الاجتماع ، كما أن عدد الذين يقدمون الوجبات يؤثر فى طول الوقت الذى يستغرق تقديم الوجبة ، وعادة فإنه بالإمكان خدمة خمسين مشاركًا خلال ساعة واحدة ، لكن إذا كان عدد المشاركين أكبر من هذا الرقم فيجب تخصيص ساعة ونصف لتقديم الوجبة . وإذا خطط لفطور صباحى فيجب أن يناسب وقته الذين يستيقظون باكراً والذين ينامون إلى قرب موعد

الاجتماع . وإذا تخلل الوجبة تقديم جوائز أو عروض أو أي مناسبة لها علاقة بالاجتماع فيجب تخصيص وقت مناسب لذلك .

- قائمة الطعام :

إحدى السيدات التي تعمل في سكن جامعي ، وكان من واجباتها اختيار الطعام للطلاب ، دأبت على اختيار الوجبات حسب اللون ، فإذا اختارت اللون الأبيض كانت تختار الدجاج والبطاطا والرز والقرنبيط ، وإذا اختارت اللون الأحمر كانت تختار اللحم الأحمر والشمندر والتفاح .

مثل هذه المرأة تحتاج إلى مساعدة ، فلا يكفي أن تكون الوجبة صحية فقط ، بل يجب أن تكون لذيذة وممتعة للنظر كذلك .

لذا فإن منظمي الاجتماع يجتمعون مع العاملين في قسم تقديم الوجبات والطهاة : لتصميم قائمة الطعام وخدمات الأكل . كما أن أغلب المؤسسات التي تمتلك مباني خاصة بالاجتماعات تتقدم عادة بمقترحات خاصة بالأكل ، وتستطيع توفير وجبات قد لا تكون من ضمن الوجبات التي يقدمونها .

وسوف تتم مناقشة موضوع التخطيط للوجبة بشكل أكثر تفصيلاً .

- خدمات التجهيز :

يعتمد الوقت المطلوب لتجهيز المائدة على عدد المدعوين ، إذ يتراوح الوقت المطلوب من ثلاثين دقيقة لوجبة تكفي ثلاثين شخصاً إلى ساعتين أو ثلاث لوجبة تكفي ثلاثمائة شخص . وإذا كانت الوجبة سوف تقدم في نفس القاعة التي يعقد بها الاجتماع ، فيجب مراعاة تجهيز الأطباق والملاعق وخلافها قبل بدء الاجتماع ، حيث يصعب التجهيز أثناء عقد الاجتماع .

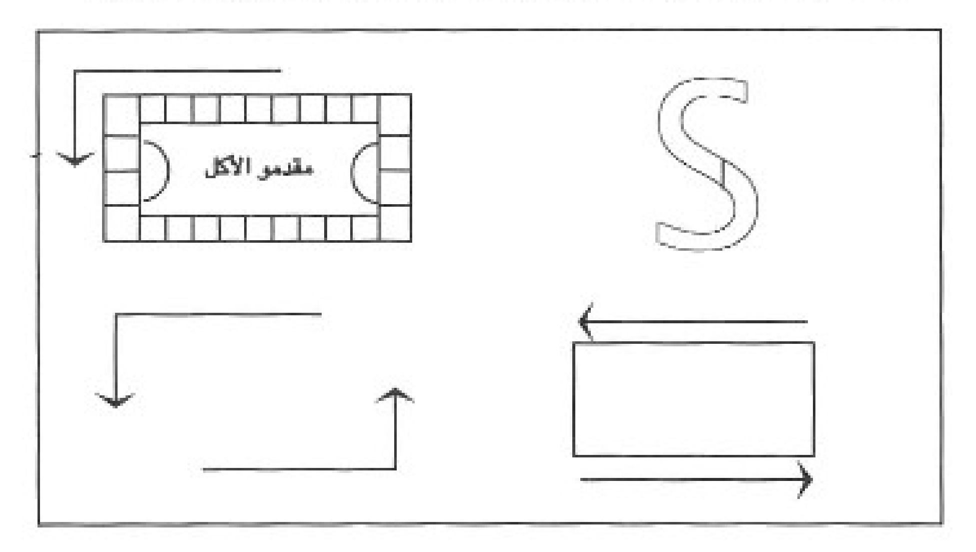
وهناك طريقتان لتقديم الطعام : هما «طريقة الجلوس» ، وطريقة «اخدم نفسك بنفسك» . ففي طريقة الجلوس يُجلب الطعام إلى الشخص الجالس على المنضدة ، أما طريقة «اخدم نفسك بنفسك» فإن الحضور يقومون فيها بخدمة أنفسهم من مكان

متوسط أمام الجميع ، وأحياناً يتم توزيع الطعام بطريقة اخدم نفسك بنفسك بحيث توضع السلطة في مكان ، والوجبة الرئيسية في مكان ، والحلوى في مكان أخر .

ويبين الشكل رقم (١١-١) أمثلة لطريقة تنظيم الوجبات التي تتبع طريقة اخدم نفسك . وإذا زاد عدد المخدومين عن خمسة وسبعين شخصاً فيجب تخصيص مكان مستقل لهم .

ويمكن استخدام طريقة نصف الدائرة لكن يمكن جعل الزوايا مستديرة الشكل ، أو يمكن تقديم الطعام على مناضد ترتب ملتوية على شكل أفقي : وذلك لإضفاء شكل مميز على الجلسة .

الشكل (١١-١) : طرق تنظيم طاولات الوجبات المفتوحة (وجبات البوفيه)



وعند استخدام الوجبات بطريقة «اخدم نفسك بنفسك» قد تُهيأ مناضد لجلوس المشاركين في الوجبة ، وقد لا تستخدم مناضد لهذا الغرض . لكن إذا ما استخدمت المناضد يجب الاتفاق مع أصحاب المبنى على الأشياء التى توضع على المناضد لاستخدام المشاركين ، ولكي تسير الأمور على ما يرام في طريقة «اخدم نفسك بنفسك » يفضل وضع المشروبات والخبز والزبدة ومعجون الطماطم على المنضدة بحيث تكون فى متناول كل مشارك .

ويجب ترك مساحة متر مربع تقريباً لكل مشارك سواء فى الوجبات التى تستخدم «طريقة الجلوس» أو طريقة «اخدم نفسك بنفسك » التي يستخدم فيها مناضد للجلوس . وأغلب أنواع المناضد التى تستخدم لمثل هذه الأغراض هى المنضدة الدائرية بحيث يمكن لتسعة أو عشرة أشخاص الجلوس على منضدة واحدة حسب حجمها . مع العلم أنه إذا جلس كل هذا العدد فسوف تكون طريقة الجلوس مزدحمة نسبياً . لذا من الأفضل ترك مسافات بحيث يستطيع المشاركون ومن يقوم على خدمتهم أن يتحركوا بحرية . وإذا استخدمت المناضد المستطيلة فإنه سوف يكون بالإمكان توصيل أجزائها إذا دعت الحاجة إلى ذلك .

ولكى يكتمل تجهيز صالة الطعام يجب تخصيص منضدة رئيسية ومناضد لتقديم الطعام ومكان للفرقة الموسيقية إن وجدت . وسوف يتم التحدث عن طريقة تقديم الطعام بشكل مفصل لاحقاً .

– ضبط المصروفات :

قد لا تكلف شريحة اللحم والبطاطا المحمرة مع خضر وحلوى أكثر من عشرة دولارات فى الولايات المتحدة إذا ما أعدت فى المنزل . ولكن قد تكلف نفس الوجبة خمسين دولاراً إذا قدمت أثناء مأدبة خلال اجتماع . لذا فإن تكلفة الوجبات تمثل نسبة عالية من الميزانية المخصصة للاجتماع ، إلا إذا لم يشتمل الاجتماع على وجبة بحيث يتولى كل مشارك الأكل فى المكان الذى يريد وعلى نفقته .

وبالنسبة لبعض المأكولات التى تطلب خصيصاً فسوف تكون أكثر تكلفة . لذا يجب مراعاة أن تكون الأطعمة التي يتم اختيارها متوفرة وفى موسمها وذلك لتخفيض

المصاريف . وبالإضافة إلى تكلفة الطعام والمشروبات ، هناك أيضاً الضرائب ورسوم الخدمة . والضرائب تختلف حسب الأولوية بالنسبة لأمريكا ، أما رسوم الخدمة فهي تتراوح ما بين (١٥) إلى (١٨) بالمائة . وتحسب تكلفة الطعام عادة على أساس تكلفة الفرد الواحد ، ويطلق على الوجبة مصطلح «غطاء» . لذلك تحسب التكلفة بعدد الأغطية التي تقدم ، ويجب أن يضمن المنظم عدداً محدداً من الأشخاص ، بحيث تستطيع إدارة المبنى معرفة عدد الأشخاص المتوقعين لكل وجبة . وعادةً تطلب إدارة المبنى هذه المعلومات قبل يوم أو يومين من بدء المناسبة ، فإذا اتفق على (٤٠) شخصاً مثلاً ولم يحضر إلا خمسة وثلاثون فإن بعض المتعهدين يحسبون كامل القيمة ، لذا إذا كانت التكلفة للشخص (١٠) دولارات فإن ذلك يعني أننا خسرنا (٥٠) دولاراً . من أجل ذلك يجب الحرص والتأكد من عدد الذين سيحضرون بالضبط . ويسمح بعض المتعهدين بنسبة (٥٪) أكثر أو أقل من العدد المحدد . أي إذا زاد العدد عن (٤٠) وجبة فإن المتعهد يجهز (٤٢) وجبة (٥٪ زيادة) . ويحسب تكاليفه على أساس (٤٢) وجبة . لكن إذا حضر (٣٥) مدعواً فإن المتعهد يحسب فقط (٣٨) وجبة ، أي بنقص (٥٪) من (٤٠) وهو الرقم المحدد أصلاً .

وتعد أحياناً قوائم يوقع عليها المشاركون في الوجبات ، ويستطيع المنظم أن يحصي عدد الحضور ، ويبلغ مدير خدمات الاجتماع بعدد الذين يشاركون في الوجبة ، وأحياناً تصدر بطاقات للوجبات بحيث يخصص لون مختلف لكل وجبة ، وفي هذه الحالة يقوم المنظم بعدّ البطاقات التي تسلم عند الدخول ثم يبلغ مدير خدمات الاجتماع بعدد الحاضرين أو يبلغ المتعهد لإتمام عملية الحساب .

وكما هو الحال بالنسبة لاستراحات المرطبات ، فقد تتعهد منظمة أو مؤسسة بتحمل تكاليف الوجبة ، أو المشروبات أو الحلوى مقابل السماح لهم بالدعاية . وفي هذه الحالة يتعين على منظم الاجتماع أن ينسق هذه العملية بين المؤسسة التي تتحمل التكاليف ، ومدير خدمات الاجتماع أو متعهد التموين .

أنماط الخدمة :

بالنسبة للوجبات التي تقدم لمشاركين جالسين على مناضد ، هناك أربع طرق رئيسية لتقديم الوجبات هي :

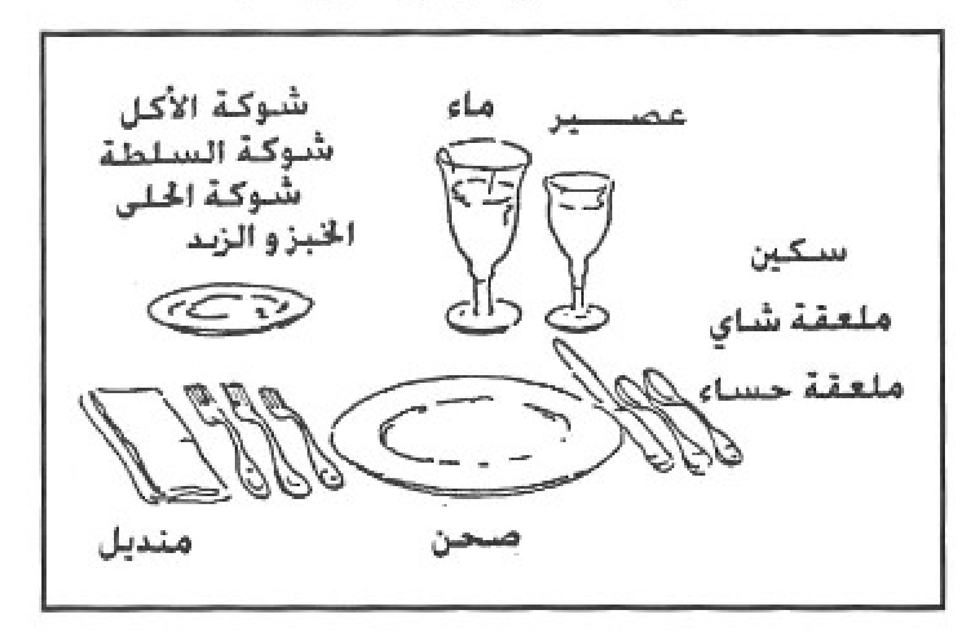
- الطريقة الأمريكية : تجهيز الأطباق في المطبخ ثم توضع أمام كل مدعو .
- الطريقة الإنجليزية : تؤخذ الوجبة إلى المنضدة وتعطى للمدعو الذي يقوم بأخذ جزء ثم يوصله إلى مدعو آخر ، ثم ينتقل من مدعو لآخر وهكذا .
- الطريقة الروسية : يحضر الطاهي الأطباق ويقوم بخدمة كل مدعو .
- الطريقة الفرنسية : يجهز الطاهي الطعام على المنضدة ثم يوزع على المدعوين . ومن الأمثلة على ذلك السلطة ، فهي تجهز أمام المدعوين ثم توزع عليهم .

وبالنسبة للمطاعم اليابانية فهي تقوم بتجهيز العديد من الأطباق على المنضدة .

ولكل من طرق الخدمة الأربع السابقة محاسن ومساوئ . فخدمة المدعو بالكامل (كما يحدث داخل المنزل) تتطلب عدداً كبيراً من العاملين . ومن الصعب تصور كمية الطعام التي تتطلبها الخدمة الذاتية . أما طريقة التقديم التي يخدم فيها المدعو وهو جالس على طاولته فتحتاج إلى وقت طويل . وبالنسبة لطريقة الخدمة حسب النظام الأمريكي ، فقد يحدث أن يبرد الأكل إذا لم يقدم في وقت محدد .

ويجب على المنظم أن يستعين ببعض المراجع لكي يستطيع تحديد طريقة الخدمة التي سوف يختارها . إن عدد الإطباق التي يتقرر تقديمها يحدد العدد المطلوب من الأدوات اللازمة للخدمة ، وتحدد درجة رسمية الوجبة طريقة التقديم ، كما أن المشروبات التي يتم تقديمها تحدد نوعية الأكواب التي تستخدم ، ويوضح الشكل رقم (١١-٢) نموذجاً لترتيب طاولة الطعام .

الشكل (١١-٢) : مثال على طريقة ترتيب الطاولة



التخطيط لقائمة الطعام :

يتعين على المنظم عند اختيار قائمة الطعام أن يضع نصب عينيه المعايير التالية :

أولاً : لم يعد الناس فقط يهتمون بالتغذية السليمة هذه الأيام ، وإنما تعدوا ذلك إلى اهتمامهم بالسعرات الحرارية ، ومصادر هذه السعرات . لقد ولت أيام اللحم والبطاطا إلى غير رجعة . حيث تستدعي التغذية السليمة وجبات متوازنة ، بها بروتينات وبقول وخضراوات متنوعة .

ثانياً : يجب أن تكون الوجبة متكاملة . فمثلاً لا ينبغي تقديم طماطم وبرتقال خلال نفس الوجبة .

ثالثاً : يجب أن يكون شكل الوجبة متناسقًا ومتنوعًا . فلا ينبغي وضع بطاطا مهروسة ، وقمح مهروس في نفس الطبق وذلك لتشابههما .

رابعاً : يجب مراعاة تناسق الألوان ، إذ إن البازلاء والفاصوليا لن تكون جذابة إذا ما قدمت في نفس الصحن .

وأخيراً ، يجب أن تشتمل الوجبة على أنواع من الأطعمة والمذاقات ، فلا ينبغي تقديم وجبة تحتوى على سلطة الفطر إذا كانت الوجبة الرئيسية معدة بصلصة الفطر ، كما أن تقديم وجبة يغلب عليها طعام من نوع واحد قد تكون مملة .

يعتقد بعض الناس أن الغذاء يؤثر على المزاج ، ودرجة الحيوية ، ودرجة النشاط الذهني . فمثلاً ، يشعر بعض الناس بنوع من الدوران عند تناولهم لوجبة ثقيلة . لذا يجب أن تحتوي وجبات الغداء نوعيات أخف من وجبات العشاء . ويوضح الشكل (١١-٣) نموذجاً لوجبة طعام خاصة .

ويجب على منظم الاجتماع مراعاة أن بعض الأطعمة تسبب حساسية لبعض الناس مثل بعض أنواع الأسماك . وبعض الأديان تحرم أكل لحم الخنزير . كما أن هناك عدداً متزايداً من الناس لا يأكلون إلا النباتات . وعلى منظم الاجتماع أن يحاول معرفة ما إذا كانت هناك حاجات غذائية خاصة لبعض المشاركين ، ثم يتم بعد ذلك الاتصال بمدير خدمة المؤتمر لكي يقوم بتأمين الاحتياجات .

كما أن التخطيط لقائمة الطعام فتطلب اختيار أنواع المرطبات . فمثلاً يقدم الشاى البارد دائماً خلال فترة الصيف .

وتمنع أغلب إدارات المقار المخصصة لعقد الاجتماعات الجهة المنظمة للاجتماع من تأمين ما تحتاجه من مشروبات ؛ لأن هذه العملية تدر ربحاً على إدارة المقر نفسها لذا يجب الاتفاق مسبقاً على هذا الموضوع .

الوجبات الخارجية :

قد تضفى الوجبات خارج مقر المؤتمر نوعاً من الشاعرية والمرح وتغيير الجو ،

الشكل (١١ – ٣) : مثال على قائمة طعام وجبة غداء

قائمة الغداء

ج – ١

١٧ دولارًا

عصير فواكة مشكلة بنكهة النعناع

قطع من الجبن

خس رومى مشكل

مع صلصة الخل

لحم مشوى من خاصرة البقر

فاصوليا البحيرة الزرقاء

بطاطا فرنسية

كريمة الماريتيه

بيتى فور

غ – ٢

٢٠ دولارًا

سالمون مدخن بصلصة الخل

سلطة سبانخ وخس مع صلصة

الجبن النرويجى الأزرق

عصير فاكهة طازج

ضلوع بقر مع صلصة المشروم

هليون

رز لويزيانا البرى

كريمة التوت

كعكة الشيكولاته الهولندية

تشمل الوجبات اختيارك من المشروبات ، والقهوة ، والشاى (حار ومثلج)، والخبز والزبدة .

جميع الأسعار عليها ضريبة مبيعات ٥٪ ورسم خدمة ١٨٪ .

وتعتمد هذه الطريقة على قيام منظم المؤتمر بحجز عدد كبير من الطاولات فى عدد من المطاعم لتناول وجبة تحدد مسبقاً ، ويجب أن تكون هذه المطاعم قادرة على استيعاب عدد من الطاولات التى تخصص للمشاركين فى الاجتماع ، ويفضل أن تكون المطاعم متقاربة من ناحية المستوى وجودة الطعام والتكلفة ، ويفضل أن تكون غير بعيدة لتسهيل مهمة المواصلات .

ويستطيع منظم الاجتماع أن يقدر عدد الطاولات التى يتعين حجزها من واقع عدد المسجلين لحضور المؤتمر ، كما يجب إبلاغ إدارة المطعم أن هذه الأرقام قابلة للتغير ، لكن يجب أن يتم الاتفاق على وقت معين لتحديد الأعداد بشكل دقيق [عادة يكون هذا الوقت قبل (٢٤) ساعة على الأقل] . ويستحيل تنظيم وجبة خارجية فى أول أمسية من أمسيات الاجتماع إلا إذا كان عدد الحضور معروفاً مسبقاً وتم عمل حجز سابق بواسطة منظم الاجتماع .

ويُعطى المسجلون عادة نبذة عن المطاعم مع قائمة للطعام لكل المطاعم التى يمكن زيارتها. هذا إذا لم تكن هذه المعلومات قد أرسلت مسبقاً فى مرحلة التسجيل المبكر . ثم توضع قوائم تسجيل يستخدمها الحضور لتسجيل أسمائهم فى المطعم الذى يفضلونه ، ويمكن استخدام هذه القوائم لإجراء الحجوزات اللازمة فى المطاعم ، وإذا حدث أن سجل عدد قليل من الراغبين فى مطعم معين فإنه قد يكون من الانسب إقناعهم بمكان آخر .

ومن المستحيل التنبؤ مسبقاً برغبات الحضور بالنسبة لتفضيلهم وجبة معينة ، حيث إن الناس يميلون عادة إلى تقليد الآخرين . فإذا حدث أن اختارت مجموعتان من الناس نفس المطعم ، فمن الأفضل إيقاف التسجيل فى القوائم الخاصة بنفس المطعم ؛ لأنه سيكون من المتعذر إيجاد مكان ، فيجب على المنظم أن يراقب المسجلين فى أى مناسبة ؛ وذلك لتجنب حدوث ازدحام ، وإذا لاحظ زيادة عدد المسجلين الراغبين فى مطعم معين ، فإنه بالإمكان الاتصال بهذا المطعم لإبلاغهم بزيادة عدد المتوقع حضورهم .

ويصل المشاركون إلى المطاعم التى حددوها بوسائل متعددة ، فمنهم من يسير على قدميه ، ومنهم من يستقل سيارة خاصة أو أجرة للوصول للمطعم . وقد يؤمن منظم

المؤتمر وسائل نقل جماعية من مقر المؤتمر إلى المطاعم حسب مواقعها إذا كان ذلك ضرورياً (انظر الفصل الثاني عشر حيث يناقش المواصلات الخاصة بالاجتماع) .

إن توقيت العشاء الجماعي الخارجي يجب أن يراعى فيه ما إذا كانت هناك مناسبات أخرى تلي وجبة العشاء حيث يجب أن يراعى ذلك في الجدول ؛ لأن طريقة الخدمة في مطعم ما تختلف عنها في المطاعم الأخرى ، مما يجعل وقت إنهاء العشاء مختلفًا أيضاً .

يدفع المشاركون في الوجبة الخارجية في العادة فاتورة المطعم ،إذ إن دور المنظم هو فقط عمل الحجوزات . وعادة ما يطلب المشاركون الطعام من خلال قائمة الطعام الخاصة بالمطعم . وقد يستطيع المنظم الحصول على سعر محدد للوجبة مع ما في ذلك مشقة كبيرة . وفي هذه الحالة يكون سعر الوجبة ضمن رسم المشاركة في المؤتمر . عندها يمنح المشارك قسيمة يقدمها للمطعم بعد الوجبة . ويتم محاسبة المطعم بعدد القسائم التي يقدمها لمنظم المؤتمر .

إذا ما تم تحديد سعر الوجبة الواحدة مسبقاً فإن كل مطعم يبلّغ المنظم بنوعية الوجبة التي سيقدمها بهذا السعر ، ويطلق في الغرب على هذا النوع من الخدمة اسم «طاولة المنزل» وعادة يتم تقديم نوعين أو ثلاثة أنوا ع من الأطعمة . فمثلاً تقدم لحمة ، أو سمك ، أو دجا ج مع بعض المقبلات والحلوى والسلطة . وعندما يدّون المشاركون أسماءهم داخل قائمة مطعم ما ، فإنهم أيضاً قد يحددون الوجبة التي يرغبون في تناولها ، وعندئذ يستطيع منظم المؤتمر إبلاغ هذه المعلومات لأصحاب المطاعم .

قد يكون تنظيم الوجبة الجماعية الخارجية بشكل اختياري بحيث يطلب ممن يرغب المشاركة دفع قيمة الوجبة في يوم التسجيل للمؤتمر . ويدفع المشارك قيمة الوجبة حسب سعر المطعم ومن ثم يمنح قسيمة يقدمها للمطعم عند وصوله إلى هناك . وإذا تم هذا الترتيب فإن منظم المؤتمر يكون مسئولاً عن تسوية الحسابات مع المطعم لاحقاً .

وقد ينظم ، بدلاً من الوجبة ، أمسية ترفيهية للجميع ، بحيث يختار المشاركون إما الذهاب إلى مطعم وإما إلى النوادي الترفيهية ، ويتم حجز مقاعد لهم مسبقاً ، وعادة تؤّمن وسيلة مواصلات تنقل الناس إلى مكان متوسط بين هذه الأماكن .

وفى هذه الحالة يدفع المشاركون قيمة ما يستهلكون من هذه الأماكن . أو قد يُمنح المشارك قسيمة تسمح له بكأس عصير واحد محدد السعر مسبقاً .

إن التنظيم لوجبة جماعية خارجية يستغرق وقتاً وجهداً كبيرين ، لكن عادة ما تكون النتيجة إيجابية بالنسبة للمشاركين من أعضاء المؤتمر .

الوجبات المعدة داخل صندوق :

يمكن فى بعض الأحيان إعداد وجبات مسبقاً ووضعها داخل صندوق صغير كحل مناسب لوضع يصعب معه ترتيب وجبة كاملة داخل مقر المؤتمر . ويشبه صندوق الوجبة هذا صندوق الغذاء العادى . وإذا تم تحضير الوجبة داخل الصندوق بطريقة جذابة بحيث يتم تناولها فى مكان جذاب فإنها تصبح مماثلة للوجبة الكاملة التى تقدم داخل المطعم .

- الموقع :

يوزع على المشاركين صناديق بداخلها وجبة الغذاء ليأكلوها أينما شاءوا، أو توزع صناديق الطعام الصغيرة فى موقع محدد مثلاً بجوار المسبح أو فناء لعبة الجولف .. إلخ .

ومن الأمثلة على التوقيت المناسب لتقديم صندوق طعام صغير هو عندما يعقد اجتماع داخل الجامعة حيث تمتلئ المطاعم وقت الغذاء . لذا قد يُعطى المشاركون فى المحاضرة صناديق الغذاء ويطلب منهم أن يأكلوها فى أرجاء الجامعة بعيداً عن المطعم بسبب الزحام ، وتتناسب صناديق الطعام الصغيرة عندما يكون الجو الخارجي جذاب بحيث يرغب المشاركون فى الاستمتاع به وهم يأكلون . وكذلك عندما ينضم المشاركون فى المؤتمر إلى رحلة سياحية داخل المدينة ، فمن الأفضل تقديم صندوق وجبة لهم يأكلونها فى الطريق .

- التوقيت :

يعتبر التوقيت من العوامل التى تجعل من استخدام الوجبة المعدة داخل صندوق صغير أمراً ضرورياً خصوصاً عندما يكون جدول المؤتمر مضغوطاً . إن تناول الوجبة داخل سيارة النقل أو فى حالة استعجال غير محبذ ، ولكن قد يكون ضرورياً بسبب الجدول . أما تناول الوجبة المعدة مسبقاً داخل صندوق صغير فهو ممتع للغاية .

– المحتويات :

تضطلع عادة إدارة المبنى الذى سيعقد فيه المؤتمر بمهمة تجهيز وجبة الصندوق الصغير ، وقد تتقدم باقتراحات بشأن أنواع الطعام الذى يقدم ، أو قد يعهد بالموضوع لمتعهد خارجي ، وتتكون وجبة الصندوق الاعتيادية من : شطيرة ، ورقائق بطاطا ، وفاكهة وحلوى ، وقد تقدم أشياء أخرى مثل الدجاج ، والفطائر والسلطات .. إلخ . المهم هو تقديم وجبة متكاملة يمكن التهامها بسهولة ويسر .

– طريقة تقديم وجبة الصندوق :

يمكن تقديم وجبة الصندوق الصغير في أي مكان تقريباً . فمثلاً يمكن توزيعها على المشاركين عند خروجهم من اجتماع ، أو أثناء ركوبهم الحافلة . أو يمكن توزيعها حال وصولهم إلى وجهتهم مثل منتزه أو حديقة . ويجب على المنظم أن يتأكد من وجود حاويات للنفايات تكفي لاستيعاب ما يلقى فيها . وأن يتأكد كذلك من وجود تعليمات بشأن تناول الطعام في ذلك المكان .

ويمكن تقديم الوجبة الجاهزة بطرق مختلفة . فيمكن وضعها داخل كيس ورقي ، أو داخل صندوق صغير أبيض اللون ، أو داخل سلة صغيرة ، أو داخل شنطة صغيرة لكي يستخدمها المشارك لأغراض أخرى مستقبلاً . وعلى كل حال يجب أن يكون الوعاء المستخدم قادراً على حماية محتوياته الداخلية ، وأيضاً يجب أن يكون من النوع الذى يسهل التخلص منه بسهولة ويسر أو حتى الاحتفاظ بمحتوياته لبعض الوقت .

– التكلفة :

تعتمد تكلفة الوجبة المعدة داخل صندوق على نوعية الصندوق المستخدم ونوعية الطعام ، وقد تتضمن التكلفة قيمة التسجيل في المؤتمر أو قد تكون اختيارية . فإذا كانت التكلفة تدفع بشكل منفرد فإنه يمكن تحصيلها أثناء عملية التسجيل في بداية المؤتمر ، ثم يعطي من يدفع قسيمة يقدمها لمن يقوم بتوزيع الصناديق . ويجب أن يبلغ المتعهد بعدد الذين يرغبون في الحصول على الوجبة المحفوظة داخل الصندوق .

وبالنسبة لرسم الخدمة لمثل هذا النوع من الوجبات فإنه يماثل الوجبات الأخرى .

حفلة الاستقبال :

يقصد بحفلة الاستقبال حفلة العصائر التى تقدم فى بداية المؤتمر ، وهى قد تكون بسيطة حيث يقدم فقط العصائر وقهوة وشاى ، أو تكون مناسبة ضخمة يقدم فيها وجبة كبيرة . ومن مزايا حفلات الاستقبال أنه يمكن تصميمها لإبراز أهمية حدث ما .

- **الموقع :**

يمكن إقامة حفل الاستقبال إما فى قاعة كبيرة ، وإما فى عربة قطار قديم ، وإما فى قارب . ويتم اختيار الموقع ليناسب الحدث . ويكون حفل الاستقبال أكثر امتاعاً إذا أقيم بعيداً عن مقر المؤتمر ، حيث إن الموقع الخارجى يضفى نوعاً من الحيوية والنشاط .

إن عدد الذين يتوقع حضورهم حفل الاستقبال يساعد على تحديد حجم المكان المطلوب ، وعادة فإن المساحة التى يحتاجها الشخص الواحد فى الحفلة التى تقدم فيها المرطبات للناس وهم وقوف تقدر بمتر ونصف المتر المربع .

- **توقيت حفل الاستقبال :**

تقام حفلات الاستقبال عادة بين الساعة الخامسة والسابعة والنصف مساءً ، ويجب مراعاة جدولتها بعد آخر جلسة من الاجتماع ، ويجب انهاؤها قبل وقت العشاء . وينظم عادة للاجتماعات الكبيرة حفل استقبال يعقد فى الليلة التى تسبق الجلسة الافتتاحية للاجتماع . وقد ينظم استقبال قبل بدء حفل العشاء الرسمى ، ويستحسن تقديم كافة أنواع العصيرات والمشروبات الساخنة بحيث يجد كل شخص ما يناسبه . ويجب تنسيق موعد عقد حفلة الاستقبال مع مدير خدمات المؤتمر: لكى يتم التنسيق مع العاملين فى المبنى فى كل ما يختص بتنظيم حفل الاستقبال ، خصوصاً فيما يتعلق بمن سيتولون تقديم الخدمات ، حيث يجب ترتيب مكافآت مناسبة لهم .

- **قائمة الطعام :**

تقدم فى العادة بعض المقبلات الخفيفة والمشروبات المتنوعة فى مثل هذه اللقاءات ، ويجب الاستعانة بالعاملين فى المبنى للتعرف على ما لديهم من مقترحات خاصة بما يمكن تقديمه ، وكميات الأكل التى ينبغى تقديمها . ويوضح الشكلان (١١-٤ ، ١١-٥) مثالين لقائمتى طعام لهذه المناسبات .

قائمة تنظيم خدمات المأكولات والمرطبات :

- التنظيم :

❑ ١ - الموقع ....

❑ ٢ - الوقت ....

❑ ٣ - نوعية الأكل بما فى ذلك المرطبات ....

- الطلبات الخاصة :

❑ ٤ - العدد المتوقع ....

❑ ٥ - التكلفة : ....

للشخص ....

للخدمة ....

لأكل حفل الاستقبال ....

❑ ٦ - طريقة التقديم ....

❑ ٧ - طريقة تنظيم الطاولات : ....

حجم الطاولات ....

البوفيه ....

الطاولة الرئيسية ....

الأجهزة السمبعصرية ....

الإضاءة ....

ألوان القماش ....

❑ ٨ - نوعية التقديم ....

- ٩ – طريقة ضبط الزوار ....

  التذكرة المطبوعة ....

  قوائم للتوقيع ....

- ١٠ – فقرات البرنامج ....
- ١١ – نوع الديكور ....
- ١٢ – الشموع والورد ....
- ١٣ – طريقة ترتيب الطاولة الرئيسية ....

– المرافقون ....

الشكل (١١ – ٤) : مثال على قائمة طعام حفل الختام (للمناسبة الواحدة)

سيقوم طباخنا بتحضيرها فى الموقع	
محطة الطعام الشهى :	غ – ١
قطع الدجاج ولحم البقر .	٢٢٥ دولاراً
(١٠٠ قطعة) .	
محطة الفطائر :	غ – ٢
فطائر رقيقة محشوة بالدجاج أو سمك .	٢٧٥ دولاراً
(١٠٠) قطعة .	
محطة المكرونة :	غ – ٣
نوعان من المكرونة الإيطالية .	٣٠٠ دولار
محضرة بصلصة القرينو و ماياناورا .	
(تكفي لـ ١٠٠ شخص)	
جميع الأسعار مضاف إليها ٥٪ ضريبة مبيعات و ١٨٪ رسم خدمة .	

الشكل (١١ – ٥) : مثال على قائمة طعام حفل ختامي (للشخص الواحد)

ح خ – ١

خضر طازج متنوعة

مع أطباق أكل منوعة

طاولة تضم سبعة أنواع من الجبن تقدم مع

شرائح خبز فرنسي رقيقة .

محار وسمك صدفي مقدم في أنصاف محارات

مشروم محشي بلحم سرطان البحر

١٨,٥٠ دولاراً للشخص الواحد

ح خ – ٢

لحم مشوي من خاصرة البقر

مقطع حسب الطلب بواسطة طباخنا

مقدم مع الجاودار برغبة الشخص من صلصة الفجل الحار أو صلصة المسترد

لحم قديد مملح

مقطع حسب الرغبة من قبل طباخنا

يقدم مع خبز البسكويت الجنوبي والصلصة .

تشكيلة من الفواكه

مقدمة مع مسترد عسلي أو جبن مطبوخ فرنسي أزرق

٢٢,٥٠ دولاراً للشخص الواحد

جميع الأسعار مضاف إليها ٥٪ ضريبة مبيعات و ١٨٪ رسم خدمة .

قائمة سمعبصريات خاصة بجلسة :

اسم الجلسة الموقع الوقت

رئيس الجلسة

تم تحديد مصادر الكهرباء

تم تحديد طريقة تقييم النافذة والأبواب

تم تثبيت الأسلاك الظاهرة بالأرض

أجهزة تكبير الصوت العدد ______ النوع ____

طريقة توزيعها ______ السماعات والمكبرات ______

تم اختيار أجهزة تكبير الصوت

جهاز عرض الأفلام الشاشة

التوزيع ستائر القماش

إنارة إضافية تجهيزات الاختبار

جهاز غرض شرائح صغيرة الشاشة

التوزيع الستائر القماشية

إنارة إضافية أجهزة اختبار

التحكم من بعد . عدد الحاويات

جهاز عرض الشرائح الشفافة الشاشة

التوزيع ستائر قماشية

إنارة إضافية أجهزة اختيار

شرائح شفافة/ أقلام ملونة

جهاز فيديو مكانها ______

أجهزة العرض	مكانها ـــــــــ
أشرطة التسجيل	أجهزة اختبار
دائرة تلفزيونية مغلقة	مكانها ـــــــــ
أجهزة عرض	مكانها ـــــــــ
أجهزة حاسب آلي	مكانها ـــــــــ
تجهيزات اختبار	الأقراص المطلوبة
	أجهزة الاختبار
أجهزة تسجيل أو مشغل أقراص ممغنطة	
تم الحصول علي الأقراص	
أجهزة موسيقى	مكانها بـــــــــ
أجهزة اختبار	
صفائح فلابة	أوراق - أقلام ملونة

- طريقة التقديم :

عادة يتناول الحضور مشروباتهم بأنفسهم إذا كان حفل الاستقبال صغيراً نسبياً أو غير رسمي ، أما إذا كان حفل الاستقبال رسمياً وكبيراً فقد يستعان بأناس مهمتهم تقديم العصيرات .

- تكاليف حفلات الاستقبال :

قد تتحمل المنظمة نفقات إقامة حفل الاستقبال وحدها ، خصوصاً أثناء الاجتماعات الهامة لكى تكون بمنزلة دعاية لها . وقد يتحمل تكاليف حفل الاستقبال أحد ملاك المبانى لأغراض الدعاية . وتقوم بعض المستشفيات بعمل حفل استقبال عندما ترغب فى الحصول على التبرعات .

فإما أن تتحمل المنظمة التكاليف ، وإما أن يدفع كل مشارك قيمة ما يستهلكه من أكل وشرب .

- فى الموقع :

١ - توزيع مهام مؤظفى الاجتماع .

٢ - طريقة ضبط الدخول .

- الكيفية :

٣ - هل تم التفاهم مع مدير خدمات المؤتمر ؟ هل تم تحديد الرقم ؟

٤ - هل تم التفاهم مع كبير الطهاة بخصوص طريقة الخدمة ؟

٥ - هل تم تركيب الديكور ؟

٦ - هل تم التأكد من طريقة ترتيب قاعة الاجتماعات ؟

٧ - هل وضعت الطاولات بطريقة جيدة ؟

٨ - هل وضعت الزهور والشموع ؟

٩ - هل وزعت المطبوعات ؟

١٠ - هل تم فحص الإضاءة والأجهزة السمعبصرية ؟

١١ - هل تم ترتيب مواعيد المتحدثين ؟

١٢ - هل تم تجهيز العصيرات ؟

١٣ - هل تم ترتيب نوعية الطعام ؟

- **على الطريقة التي تناسبك :**

فى بعض الاجتماعات يطلب من المشاركين أن يرتبوا وجباتهم بطريقهم الخاصة ، فمثلاً لو نفذت حلقة مدتها أربع ساعات عن نظام المشتريات ، فيتم منح المشاركين فترة استراحة لمدة (١٥) دقيقة ليتناولوا فيها القهوة والمأكولات الخفيفة ، كما لا يمكن أن نتوقع أنه فى حالة عقد اجتماع عام لمدة خمسة أيام لابد من تقديم (١٥) وجبة للمشاركين ، إذ لابد أن يتناول المشاركون وجبات خاصة بهم بطريقتهم الخاصة ويستثنى من ذلك حفلات العشاء والاستقبال المخطط لها مسبقاً .

وإذا قرر المشاركون أن يتناولوا وجباتهم حسب جدولهم الخاص فإنه يتعين على الجهة المنظمة أن يكون لديها مطعم أو تكون مجاورة لأماكن تواجد المطاعم . ويفضل أن يكون هناك أنواع مختلفة من المطاعم تناسب كافة الأذواق ، كما ينبغى أن يكون المطعم على استعداد لاستقبال أعداد كبيرة من الناس وقت الغداء .

وقد يستحسن تقديم فطائر فى مكان قريب من غرفة الاجتماع للتخفيف من الازدحام .

وعند تحديد الفترة المخصصة لتناول الغداء فإنه يجب ترك وقت كافٍ ليتمكن المشاركون من تناول الطعام بارتياح . وعلى سبيل المثال فإن الوجبة التى تقدم على شكل بوفيه داخل المبنى تحتاج إلى ساعة كاملة . أما إذا كان يتعين على المشاركين البحث عن مطعم وطلب وجبة وتناولها داخل المطعم فإن ذلك بطبيعة الحال سيستغرق وقتًا أطول .

- الوجبات المعبرة عن حدث ما :

يمكن التخطيط للوجبات التي ترتبط بحدث ما . فكيف يتم اختيار الحدث ؟ يمكن لموضوع المؤتمر أن يوحي بفكرة معينة ، فمثلاً لو تضمن موضوع المؤتمر استكشاف الأسواق الخارجية ، فإن هذا العنوان يمكن الاستعانة به في التخطيط للوجبة . فمثلاً يمكن التخطيط لوجبة يطلق عليها «حول العالم» ، يقدم فيها طعام وديكورات من دول عديدة . أى أننا لو أعددنا أربع أقسام وفي كل قسم أطعمة وديكورات من دولة ما ، فإن ذلك سيكون معبراً عن الحدث . ويمكن لموقع الدولة جغرافياً أن يوحي بفكرة ما للتخطيط للوجبة . فمثلاً قد تقام حفلة ويطلق عليها أمسية فرنسا أو أمسية ألمانيا أو أمسية المكسيك أو أمسية الصيف. كما أن الأحداث التاريخية أو مناسبات الأعياد قد توحي بفكرة معينة لوجبة عشاء . كما أن الشخصيات التاريخية والمناسبات الاجتماعية والرياضية على اختلاف أنواعها توحي بفكرة لعشاء يخطط بطريقة تعكس المناسبة .

وعندما تقام مثل هذه المناسبات فإن ديكور القاعة والأكلات التي تقدم وحتى طريقة ارتداء الناس ، تعكس المناسبة التي يرغب في التعبير عنها . ويمكن أيضاً اختيار ألوان معبرة توضع على قائمة الطعام أو المناديل الورقة أو الورود أو الهدايا التي تقدم للناس . ويمكن أيضاً استخدام لوحات صغيرة معبرة عن الحدث يكتب عليها أسماء الحضور ، وحتى الحلوى يمكن إعدادها بطريقة تعبر عن الحدث .

ولا شك أن الوجبة التي تصمم لمناسبة معينة تكون أكثر تكلفة ، إذ قد تصل تكلفتها إلى عدة آلاف من الدولارات . ولكن يمكن أيضاً التعبير عن حدث ما بميزانية متواضعة بحيث تستخدم ديكورات ورسومات وصور على نطاق ضيق .

نشاطات الفصل :

١ – خطط قائمة طعام غداء آخذاً في الحسبان المعايير التالية : القيمة الغذائية الطعم ، التوع ، الذوق في اختيار الألوان .

٢ – قدر تكلفة استقبال (١٥٠) شخصاً لمدة ساعتين ، وسوف يكون الاستقبال على شكل طاولة مفتوحة ، علماً بأنك تدفع قيمة العصائر على أساس نوع العصير الواحد ، وخطط لحفلة الاستقبال مستخدماً قائمة الطعام التي قدمت في هذا الفصل .

الفصل الثانى عشر

المواصلات ونشاطات وقت الفراغ

عند انتهائك من هذا الفصل ستكون قادرًا على :

١ - التفاوض حول تسعيرة موحدة مع شركات خطوط الطيران .

٢ - فهم كيفية عمل مخططى الاجتماعات مع وكلاء السفر .

٣ - الاتصال وتنظيم سفر الشخصيات المهمة والمقدمين .

٤ - ترتيب خدمات المواصلات المستأجرة .

٥ - تنظيم نشاطات الترفيه والتسلية .

كما هو الحال مع نشاطات تخطيط الاجتماعات الأخرى ، فإن التخطيط للمواصلات ولنشاطات وقت الفراغ هي عمليات تتم في الموقع . تذكر التعليمات المقدمة في البداية: أولاً اقرأ هذا الكتاب بأكمله . إن معظم النشاطات التي تناقش هنا كان من الواجب أن تؤخذ في الحسبان في أول جلسات تنظيم الاجتماع.

المواصلات :

قد لا يكون من صلب مسئوليات مخطط الاجتماع التخطيط للمواصلات، فالمشاركون يحضرون بأنفسهم، ومن الممكن أن يعقد الاجتماع في موقع واحد. ولكن في أحيان أخرى، يكون من مسؤوليات مخطط الاجتماع ترتيب المواصلات لكل شخص، ومن الممكن أن يتم عقد الاجتماع في مواقع مختلفة مما يستدعي توفير مواصلات تنقل المشاركين بين المواقع المختلفة لحضور الجلسات المختلفة. فعلى سبيل المثال ربما تم نقل المشاركين بالحافلات إلى مركز المؤتمرات لحضور معرض، أو لحضور محاضرة في جامعة قريبة، أو لحضور نشاط وقت فراغ كعرض مسرحي .

إلى الاجتماع :

يمثل توفر وانتظام المواصلات أحد العوامل الرئيسية المؤثرة في اختيار موقع للاجتماع . كما أن النبذة عن المشارك تعطي للمنظم فكرة عن التكاليف المعقولة التي يتوقع الناس دفعها لحضور الاجتماع.

السيارات :

كما تم ملاحظته في السابق، فإن المشاركين في الاجتماعات المحلية ربما قادوا سياراتهم إلى الاجتماع . وقد يحضر آخرون بواسطة سيارات الأجرة أو بالحافلات أو بقطارات الأنفاق. وتجد المنظمات التي تعقد اجتماعات على مستوى المنطقة أو على مستوى الولاية أن أغلبية المشاركين يحضرون بسياراتهم الخاصة. ولا يشكل هذا الوضع مشكلة للمنظم ، فكل مشارك يتواجد في موقع الاجتماع في الوقت المحدد.

ومع هذا في ربما احتاج المشاركون إلى مساعدة في المواقف . وتوفر الفنادق المنتشرة على الطرق (الموتيلات) ، والمنتجعات وفنادق المطار مواقف مجانية ، أما

توفير مواقف مجانية في المواقع وسط المدينة فيعتبر شيئاً من الماضي. ويمثل صرف مبلغ عشرة دولارات في اليوم لموقف سيارة وسط المدينة شيئاً عادياً .

ومن المستحيل التفاوض حول تعريفة مناسبة للمواقف في موقف عام، ولكن من الممكن التفاوض حول التعريفة إذا كانت إدارة مقر الاجتماع تملك المواقف الخاصة به. ومن الصعب المفاوضة حول تعريفة المواقف لاجتماعات الغداء أو العشاء القصيرة إلا إذا تم صرف مبالغ كبيرة عليها . وتقوم المنشأة التي يعقد فيها الاجتماع بفرض رسم على كل سيارة ، ولكن من الممكن تخفيض هذا الرسم .

وربما قام راعي الاجتماع بدفع كل أو جزء من تعريفة المواقف عن المشاركين، ومن الممكن إصدار إيصالات للمواقف للمشاركين تعطى لموظف المواقف . ومن الممكن في حالات محدودة أن يساعد إطلاع موظف المواقف على برنامج الاجتماع على إيقاف السيارة مجاناً أو بتعريفة منخفضة . ويمثل توفير المواقف مجاناً أو بتعريفة مخفضة أداة تسويق جيدة يجب ذكرها في جميع إعلانات وأدلة الاجتماع .

شركات الطيران :

توفر شركات الطيران وسائل المواصلات الرئيسية للعديد من الاجتماعات. ومن الممكن التفاوض مع كل شركة من شركات الطيران كل على حدة للحصول على تخفيضات للمجموعات للاجتماعات الكبيرة على مستوى المنطقة أو البلد. ومن الواضح أن الشركة التي تعرف بأنها الناقل الرسمي لاجتماعات معينة ستحصل على مبيعات كبيرة من التذاكر .

ومع أن أسعار تذاكر شركات الطيران غير مستقرة، فإنه تتوفر خلال عمل الحجوزات تخفيضات تصل إلى (٤٠٪) من السعر العادي للتذكرة ، أو (٥٪) من أقل سعر مخفض للتذكرة .

ومن القيود التي ترتبط بالسعر المخفض للتذكرة وضع جزاءات على عمل أية تغييرات . وعادةً تكون القيمة المدفوعة لتذكرة بالتعريفة الأقل غير قابلة للإعادة ، كما يجب شراؤها في وقت محدد .

ما هي فوائد تذاكر السفر المخفضة للاجتماعات؟ عادة ما يشمل عقد مع شركة طيران فقرة تقول أنه مقابل بيع كل (٣٥) تذكرة للاجتماع يحصل منظمو الاجتماع على تذكرة مجانية إلى جهة من الجهات التي تصلها خطوط شركة الطيران. ومن الممكن استخدام هذه التذاكر لنقل مخطط الاجتماع وموظفيه إلى مقر الاجتماع، أو لنقل المقدمين الذين يعيشون بعيداً. ومن الممكن كذلك أن تنقل شركة الطيران مواد الاجتماع مجاناً أو بأجور مخفضة وأن توفر بعض التسهيلات كقوائم بأوقات حضور ومغادرة المشاركين. ويوضح الشكل رقم (١٢-١) عقد تخفيض تذاكر سفر جماعي .

أي شركات الطيران ستستخدم ؟ من الواضح أن التفاوض للحصول على أسعار تذاكر للجماعات يجب أن يتم مع شركة الطيران التي تستطيع خدمة غالبية المشاركين المحتملين . وعادة تكون هذه الشركة هي التي تسير أكثر الرحلات إلى مدينة الاجتماع، وبعودة سريعة إلى دليل شركات الطيران الرسمي (OAG) أو مكالمة لوكيل سفريات يمكن التعرف على شركات الطيران التي تخدم مدينة الاجتماع من المناطق الجغرافية الأخرى. وعادة ما تتوفر للمدن الكبيرة خدمات عدة شركات طيران . ولكن في الغالب يكون هناك شركة واحدة هي المسيطرة . وفي العادة فإن شركة الطيران التي يكون مركزها الرئيسي في مدينة ما تقدم أكثر الرحلات لتلك المدينة . وعلى سبيل المثال فإن مدينة أطلنطا هي المركز الرئيسي لشركة دلتا . ولذا فإن في إمكان معظم الأشخاص الذين يسافرون إلى أطلنطا أن يطيروا مع شركة دلتا إذا أرادوا .

وإذا كانت إحدى المدن هي المقر الرئيسي لإحدى شركات الطيران، فإنه سيكون لها رحلات عديدة إلى تلك المدينة من مناطق مختلفة. وعلى سبيل المثال فإن مدينة بلتيمور هي المقر الرئيسي لشركة طيران يو إس (US Air) . لذا فإن هناك رحلات تقلع من نيويورك وريشموند وبروفيدانس في نفس الوقت أو في أوقات متقاربة جداً . وفي بلتيمور يستطيع القادمون على هذه الرحلات ركوب طائرات (يو إس إير) إلى وجهات أخرى .

وتفضل الكثير من شركات الطيران أن تكون هي الجهة الوحيدة التي تقدم أسعاراً مخفضة للمجموعات . ولكن إذا لم يكن باستطاعة شركة طيران خدمة المسافرين القادمين من شرق المسيسبي . فإنه من الممكن اختيار شركة طيران رسمية أخرى .

الشكل رقم (١٢-١) : مثال لعقد خصم المجموعات

شركة خطوط فلاى أوى

اتفاقية اجتماع

تسعد شركة طيران فلاى أوى باختيارها الشركة الرسمية لاجتماع

.... فى ....

الشخص المسؤول : ....

الوظيفة : ....

العنوان : ....

....

رقم الهاتف : ....

موعد الاجتماع : .... موعد السفر : ....

توافق شركة طيران فلاى أوى على :

١ - توفير أسعار المجموعات المخفضة حسب النسب التالية: خصم (٤٥٪) على تذاكر الدرجة السياحية المشتراة قبل موعد السفر بأربعة عشر يوماً، و خصم (٤٠٪) على تذاكر الدرجة السياحية المشتراة قبل موعد السفر بسبعة أيام .
هذه الأسعار صالحة للسفر من الولايات الـ (٤٨) إلى مطار (مطارات) ______________
وفى حالة توفر سعر تشجيعى من الشركة فسيتم عرض خصم (٥٪) من أقل التذاكر سعراً ، مع انطباق جميع القيود المفروضة على التذكرة .

٢ - يمنح موقع العقد معنا تذكرة مجانية واحدة على خطوط فلاى أوى على كل (٣٥) مسافراً يحجز على تسعيرة المجموعات الخاصة بالاجتماع ويسافر على (فلاى أوى) للاجتماع المذكور أعلاه. وهذه التذاكر غير قابلة للبيع أو المقايضة أو للتحري . ولا يمكن استخدامها إلا من قبل المسؤولين والموظفين التابعين لموقع العقد .

٣ - توفير رقم تعريفة، واستخدام الهاتف المجاني لتسعيرة الاجتماعات للمجموعات الخاصة بشركة (فلاى أوى) (٠٠٠٠٠٠٠٠-٨٠٠-١) لعمل الحجوزات. وهذه الأسعار المخفضة متوفرة فقط عبر هذا الهاتف .

٤ - توفير (١٠٠٠) ورقة معلومات فى ١ يونيو ـــ١٩م لموقع العقد معنا بخصوص تسعيرة المجموعات المخفضة .

يوافق المتعاقد المذكور اسمه أعلاه على :

١ - تعيين شركة طيران فلاى أوى كشركة الطيران الرسمية للاجتماع المذكور أعلاه. ولا يمكن تسمية شركة طيران أخرى لذلك إلا بموافقة مكتوبة من شركة فلاى أوى .

٢ - تشجيع استخدام تعريفة التذاكر فى جميع المناسبات الترويجية، ويجب الحصول على موافقة شركة فلاى أوى قبل توزيع المواد الترويجية .

٣ - يقوم موقع العقد بتعويض شركة فلاى أوى عن أى سوء استخدام لرسم فلاى أوى .

هذا العرض صالح حتى ٢ مايو ـــ١٩م ويكون ملزماً بعد توقيعه من قبل المسؤول وممثل إدارة شركة (فلاى أوى) . إن شركة فلاى أوى ليست مسؤولة عن عدم القدرة على الأداء بسبب توقف العمل فى المطار والحوادث والإضرابات العمالية و الحرب أو بسبب إجراءات حكومية.

مقبول	المتعاقد
شركة فلاى أوى :	....
التاريخ :	....

وللحصول على أسعار مخفضة لتذاكر المسافرين هناك بديلان . فمن الممكن أن يقوم وكيل سفريات بعمل اللازم لذلك ، أو بإمكان مخطط السفر الاتصال هاتفياً بمدير مبيعات المنطقة بشركة الطيران مباشرة . ويحصل وكيل السفريات على عمولة (١٠٪) من بيع التذاكر. وهذه ليست تكلفة إضافية يدفعها المسافر، وليس لها أثر على سعر التذكرة . فإذا حددت شركة طيران سعر تذكرة الذهاب من مدينة بتسبرج إلى مدينة واشنطن (دى سى) بنحو (١٣٠) دولاراً ، فإن وكيل السفريات يعطى السعر نفسه للمسافر. ويحصل وكيل السفر على عمولته من شركة الطيران التى باعت التذكرة .

وربما رغبت وكالة السفريات التى فاوضت للحصول على الأسعار المخفضة لتذاكر المجموعات أن تبرز كوكالة السفريات الرسمية للاجتماع. ومن الممكن إضافة ورقة توضح أرقام هواتف وكالة السفر ورقم هاتف الحجز للأسعار المخفضة للمجموعات مع مجموعة أوراق التسجيل للاجتماع . وبعد عمل حجوزات المشاركين من الممكن أن تقوم وكالة السفريات بقطع تذاكر السفر وارسالها ، أو يقوم المشاركون بالاستعانة بوكلاء سفرهم لعمل الحجوزات وقطع التذاكر. ويوضح الشكل (١٢-٢) عينة من الورقة التى من الممكن أن توفرها شركة الطيران . وتعتبر هذه وسيلة ممتازة لتسويق اجتماعك .

ونظراً لأن شركة الطيران ووكالة السفريات تحتفظ بملفات ممتازة، فإنه من الممكن معرفة التكاليف والأرقام. ويمثل استخدام بطاقة الائتمان الخاصة بالشركات سجلاً إضافياً يحمى حامل البطاقة فى حالة إعلان إفلاس شركة الطيران .

ومن الممكن أن يقوم المشاركون فى الاجتماع بعمل إجراءات سفرهم بأنفسهم ، وذلك بالاتصال بأرقام الهاتف المرفقة مع أوراق التسجيل ، والخاصة بشركة الطيران التى تصلهم مباشرة بمركز حجوزات الاجتماع المركزى الذى يتعامل مع حجوزات تذاكر المجموعات المخفضة. ويأخذ الرقم الموجود على بطاقة الخصم يمكن للشخص الذى يتولى الحجز أن يحصل على بيانات الاجتماع .

الشكل رقم (١٢ - ٢) : مثال لإعلان تخفيض للمجموعات من شركة طيران

شركة طيران فلاى أوى

تقدم للمشاركين تسعيرة خاصة للاجتماع

مؤتمر جمعية مدرسي التعليم التجارى

نيويورك ، نيويورك

٧ - ٩ يونيو ١٩٩٢م

للاستفادة من التسعيرة الخاصة المخفضة ، يجب عليك شراء تذكرتك قبل ٧ إلى ١٤ يوماً من السفر. وفي حالة وجود خصم كبير من المدينة التي ستسافر منها فإننا سنمنحك خصماً قدره ٥٪ من تلك والتسعيرة المخفضة إذا انطبقت عليك شروط تلك التسعيرة . التسعيرة الخاصة بالاجتماع صالحة إلى مطار نيويورك ذهاباً وعودةً على خطوط (فلاى أوى) ومتوفرة فقط من خلال طاولة خدمات الاجتماع . وتختلف تسعيرات التذاكر والأسعار التشجيعية بين مدن المغادرة ومجمع نيويورك . للتعرف على التسعيرات الخاصة من مدينة إقلاعك ، اتصل على طاولة خدمات المؤتمر على الهاتف المجاني من أي مكان في كندا والولايات المتحدة الأمريكية (بما في ذلك هاواي وألاسكا وبورتوريكو و فيرجن أيلاند) على مدى سبعة أيام في الأسبوع من الساعة ٧.٠٠ صباحاً إلى الساعة ١٢.٠٠ منتصف الليل بتوقيت وسط الولايات المتحدة . اتصل على :

١ - ٨٠٠ - ٠٠٠ - ٠٠٠

اطلب ملف الاجتماع رقم ٩٨٧٦ ت

من الدول الأخرى ، اتصل على
مكتب الحجز لشركة فلاى أوى
واطلب مكتب الاجتماعات الدولى

هذه الشهادة غير قابلة للتحويل
ولا للتعويض النقدى

ملاحظة : تسعيرة الاجتماع
المخفضة تخضع لرسم خدمة
قدره ٣٠ دولاراً في حالة طلب
استعادة مبلغ التذكرة كله أو بعضه

عادة ما يكون من مسئوليات مخطط الاجتماع تنظيم سفريات المقدمين والمتحدثين وغيرهم . ويكون من الصعب التحكم في التكاليف إذا قام هؤلاء بعمل ترتيبات سفرهم بأنفسهم ثم قدموا طلباً بتعويضهم عن التكاليف . عندما يقوم مخطط الاجتماع أو وكالة السفريات الرسمية بعمل ترتيبات السفر فسيتم استخدام شركات الطيران المحددة كلما كان ذلك ممكناً ؛ وذلك لجمع رصيد للحصول على تذاكر مجانية . وبالإمكان إرسال التذاكر لهؤلاء الضيوف بالبريد ، أو أن يتم دفع قيمتها (ومن ثم يقوم الضيف باستلام تذكرته من مكتب شركة الطيران أو من صالة المطار). ويجب أن يكون مخطط الاجتماع حذراً عند إرسال التذاكر بالبريد . وحسب الوقت المتاح، من الممكن أن ترسل التذكرة بالبريد السريع (الذي يصل اليوم التالي) ، ويجب أن يأخذ مخطط السفر هذه التكلفة في الحسبان . ويجب عدم إرسال تذكرة قيمتها ٩٠٠ دولار بالبريد العادي إلى بلد آخر.

ويوضح الشكل رقم (١٢-٣) عينة من نموذج يمكن إرساله إلى المشاركين لمعرفة كيف يفضلون أن يسافروا إلى ومن الاجتماع. ويجب إرسال هذا النموذج قبل الاجتماع بشهرين على الاقل . كما أن من المناسب في هذا الوقت إرسال تعليمات السفر ونماذج طلب التعويض عن مصاريفه ليستخدمها المشاركون عند طلبهم التعويض . ويجب أن يوضح راعي الاجتماع الوثائق التي من الضروري إرفاقها للحصول على التعويض . ربما رغب الأشخاص القادمون من خارج البلاد بتعويضهم في الحال بالدولارات الأمريكية . ويظهر الشكل رقم (١٢ - ٤) : نموذج طلب تعويض .

وتخضع تذاكر الطيران المخفضة بشكل كبير لقواعد وقيود كثيرة. البقاء بعد ليلة سبت يخفض في العادة من قيمة تذكرة ذهاب وعودة ، ولكن هناك القليل من الاجتماعات التي تستمر أو تعقد في عطلة نهاية الأسبوع . وقد تختلف القيود كثيراً، لكن ربما طلبت شركة الطيران شراء التذاكر قبل ١٤ يوماً من السفر على سبيل المثال . بالإضافة إلى هذا ربما كانت قيمة التذكرة غير قابلة للاسترجاع. ولا يحق للمسافر عمل أية تغييرات على التذكرة دون دفع غرامة كبيرة .

الشكل رقم (١٢ - ٣) : طلب استمارة عمل ترتيبات سفر

مؤتمر جمعية البيئة

أوربا الشرقية فى الغد

يونيو ٧، ٨ ، ٩ ، ١٩٠٠

كنج بلازا مانهاتن ، ٩٠٠ شارع ديوك، نيويورك، نيويورك ١٩٠٠٠،
٠٠٠٠ - ٠٠٠ - (٢١٢)

طلب عمل ترتيبات سفر :

الاسم : ....

الوظيفة : ....

العضوية : ....

العنوان : ....

المدينة/الولاية/الرمز البريدى ....

هاتف العمل .... (....) فاكس العمل .... (....) هاتف المنزل .... (....)

المواصلات :

عن طريق الجو .... بالقطار .... بالسيارة الخاصة ....

المغادرة من (المدينة) : .... المطار/المحطة ....

يوم وتاريخ المغادرة : .... الوقت المفضل ....

الوصول إلى نيويورك : ....

يوم وتاريخ المغادرة من نيويورك .... الوقت المفضل ....

الإقامة : كنج بلازا مانهاتن

تاريخ الوصول : .... مفرد ....

تاريخ المغادرة : .... مزدوج ....

متطلبات خاصة : ....

المرجو إكمال هذا النموذج وإعادته إلى السيد هامبتون، جمعية البيئة،

١٢٣٤ الشارع الخامس ، واشنطن ، دى سى ٢٠٠٠٠

سيتم تجهيز التذاكر ونماذج تأكيد الحجز قبل عشرة أيام من الوقت الذى ترغب الوصول فيه . لمزيد من المعلومات ولتغيير خططك اتصل بـ السيد هامبتون على هاتف رقم ٠٠٠٠ - ٠٠٠ (٢٠٢) أو فاكس ٠٠٠١ - ٠٠٠ (٢٠٢) .

الشكل رقم (١٢ - ٤) : نموذج تعويض مصاريف

بيان مصاريف سفر　　الرقم*

(المرجو قراءة التعليمات خلف الصفحة)

الاسم : .... التاريخ ١٩م

تاريخ المغادرة : .... تاريخ العودة .... عدد الأيام ....

المدن التي تمت زيارتها والهدف منها ....

المصاريف								التكاليف الكلية للرحلة	الدفع المالي المباشر من الشركة	المصاريف المقررة
أ - الطائرة ب - القطار جـ - الحافلة د - الإقامة هـ - الوجبات و - سيارات الأجرة ز - رسوم التسجيل حـ - الترفيه ط - أخرى ى -							المجموع			

الرجاء تحديد مبلغ المصاريف الشخصية التي سيتم التعويض عنها.......... المبلغ المدفوع مقدماً ....

* المبلغ المدفوع مباشرة من قبل الشركة بالدفع المقدم أو ببطاقات الائتمان　　الفرق

الشركة ....

الموظف ....

رقم المنظمة ....

ادفعوا لأمر	مبلغ	رقم التذكرة أو السند	رقم بطاقة الائتمان
....	....	....	....

الترفيه :

التاريخ .... المكان (اسم المطعم .... الخ .) ....

نوع الترفيه : ....

المبلغ　الوجبات .... غيرها (اشرح) ....

أسماء وعلاقات العمل مع الأشخاص الذين استمتعوا بالترفيه ....

....

العمل والهدف وطبيعة نقاشات العمل والفوائد المتوقعة (لا داعي لذكرها في حالة ضرورات العمل) ....

....

ملاحظات ....

....

....

تابع الشكل (١٢-٤) :

لاستخدام إدارة المحاسبة فقط ______

المبلغ المدفوع ....

رمز المنظمة　　رقم الحساب　　المبلغ

مجموع المبلغ الذى استخدم زيادة على المبلغ

غير خاضع للضرائب (د)

تم التأكد من الجمع

الموافقة

لاستخدام أمين الصندوق فقط ______

استلم من قبل محاسب ....

مبلغ ....

المقدم ....

الترميع

موافق

من الأهمية إرفاق النماذج المالية مثل : سندات الاستلام وإيصالات الفندق وأعقاب تذاكر المواصلات وغيرها مع هذا النموذج .

هناك خيط رفيع بين منافع تحقيق توفير فى شراء تذاكر منخفضة السعر وغير قابلة لاسترجاع قيمتها وبين شراء تذاكر بالسعر العادى الكامل القابل للاسترجاع. وربما اضطر أحد المحاضرين الكثيرى المشاغل إلى تغيير ترتيبات سفره مما سيتسبب فى غرامات كبيرة فى حالة كون تذكرة السفر التى تم شراؤها مخفضة وعليها قيود. وإذا تم شراء تذكرة سفر تمتع استرجاع قيمتها فيجب إيضاح أية قيود عليها للمستلم. وفى حالة الحاجة إلى تغييرات فمن الممكن الاتفاق أن يكون المستلم مسئولاً عن أية غرامات . ولكون هذا وضعاً غير مناسب فإن كثيراً من منظمى الاجتماعات يميلون إلى شراء تذاكر من الممكن استرجاع قيمتها مع كونها أغلى سعراً .

ومن بين العقبات الأخرى لعمل ترتيبات السفر المشاكل الناشئة من رغبات الشخص كثير السفر . فبعض الأشخاص يخططون رحلاتهم بهدف جمع أكبر عدد من الأميال للحصول على الهدايا التى تقدمها شركة الطيران . وفى تحقيق الأحيان يصر المحاضرون على السفر مع شركة طيران محددة ، ولكن إذا كان قد تم ترتيب سعر خاص للمجموعات وكان عدد الرحلات التى سيحضر فيها المشاركون تمنح المنظمين بعض المزايا فإنه يجب عدم إعطاء المحاضرين الخيار فى تحديد شركة الطيران . أما فى حالة كون شركة الطيران التى تم اختيارها لا توفر للمقدم خدمات كافية فإن على مخطط الاجتماع أن يحاول التمشى مع رغبات المقدم .

خلال الاجتماع :

عندما يصل المشاركون إلى مدينة أو مقر الاجتماع، فسيحتاجون إلى وسائل مواصلات، ويجب أن يرتب المخطط لذلك أو أن يبلغ المشاركين بما هو متوفر من وسائل مواصلات .

سيارات التأجير :

وكما تفعل شركات الطيران ، فإن شركات تأجير السيارات ترغب في مناقشة منح خصم للمجموعات من المشاركين ، ويفضل كثير من المشاركين أن يوجد سيارة معهم خلال فترة الاجتماع . ويجب إضافة إعلان التخفيض ورقم الهاتف المجاني ورمز تخفيض المجموعات إلى أوراق التسجيل المرسلة للمشاركين .

ومن وسائل التحفيز في الاجتماعات أن تقوم المنظمة الراعية للاجتماع بحجز سيارات الأجرة ودفع الإيجار للمشاركين ، ولذلك فإن المنظمة بهذه الطريقة تعرض نفسها للمسؤولية عند وقوع حادث ، ومن الوسائل التي تساعد على الحد من هذه المخاطر استخدام سيارات فان (VAN) تحمل من (٦ إلى ٨) أشخاص واستخدام سائقي الشركة .

وتوفر بعض هذ الاجتماعات سيارة مع سائقها. ومن الملاحظ كثرة سيارات الأجرة الضخمة والأنيقة عند المطار، حيث يقف السائقون بزيائهم الخاصة رافعين لافتات باسم الراكب القادم في منطقة القدوم، ومن الممكن استئجار سيارات الأجرة فترة الاجتماع لنقل المشاركين إلى مواقع جديدة.

المواصلات العامة :

يجب التفكير في أمر المواصلات العامة من المطار ومحطة الحافلات أو القطارات إلى الفندق، خاصة لأولئك الأشخاص الذين لايحضرو من للاجتماع بسياراتهم. ويمكن أن يستخدم المشاركون في الاجتماع سيارات الأجرة والحافلات وقطارات الأنفاق وخدمات التوصيل في المطارات.

ومن اللباقة إرفاق خريطة المدينة مع أوراق التسجيل، وفي حالة توقع المخطط حضور أكثر من (٥٠) شخصاً للاجتماع، عليه إبلاغ شركات سيارات الأجرة

والحافلات أن يتوقعوا زيادة في عملهم ، وربما فكر المخطط في تكليف شخص بالبقاء في المطار لتحية المشاركين وإرشادهم للمواصلات .

ربما دفع المشارك تكاليف المواصلات المحلية ، وقد تضاف إلى رسم التسجيل ، وعندئذ لابد من إرسال التذاكر والبطاقات الخاصة بالمواصلات المحلية إلى المشاركين . ويقوم مخطط الاجتماع بالتعاقد مع شركات المواصلات لقبول القسائم التي تجمعها تلك الشركات ثم تقدمها للمخطط لتسلم قيمتها .

وتوفر العديد من الأماكن التي تعقد فيها الاجتماعات خدمات النقل المجانية للتنقل بين المطار والمبنى أو الفندق . وفي المدن الكبيرة يوجد سيارة خاصة تنقل الناس من المطار لعدة مواقع رئيسية في المدينة مثل الفنادق الرئيسية والأسواق ومراكز المؤتمرات ومحطات الحافلات وغيرها .

وبالإمكان استخدام قائمة التأشير التالية لتسجيل متطلبات المواصلات الأرضية .

قائمة تأشير للمواصلات الأرضية :

عدد وأسماء شركات تأجير السيارات ....

الخصم الذي تم الاتفاق عليه .... المواد الدعائية ....

استئجار الحافلات الصغيرة للمجموعات .... السائقون المحددون ....

خدمات سيارات الأجرة ....

المواصلات العامة :

- ☐ حافلة المطار .
- ☐ قطار الأنفاق .
- ☐ حافلة المدينة .
- ☐ سيارة الأجرة .
- ☐ حافلة الفندق الصغيرة .
- ☐ تم إرسال معلومات أو خرائط للمشاركين .

☐ تم إبلاغ الشركات بالاجتماع.

الحافلة المستأجرة :

دفعت أجرتها من قبل ☐ المشاركين ☐ الاجتماع ☐ الفندق

الاستخدام المتوقع ....

المركبة المستعملة ....

☐ تم إبلاغ المشاركين .

استخدام الحافلات المستأجرة :

قد يكون استئجار الحافلات هو الحل لتوفير المواصلات للمشاركين في الاجتماع، وقد يكون ذلك للتنقل بين المطار والفندق ، أو بين مباني مقر الاجتماع أو بين أماكن خارج المقر تعقد فيها نشاطات أو جلسات .

التنقلات :

من الممكن أن يقوم مخطط الاجتماع أو إدارة المقر باستئجار حافلات كبيرة أو صغيرة للتنقل بين المطار والفندق ، بدلاً من أن يقوم المشاركون بعمل ترتيبات سفرهم بأنفسهم . وربما شمل العقد مع إدارة المبنى ترتيبات تجعلها تتولى هذه العملية ودفع تكاليفها . وإذا لم يحدث ذلك فإن على المخطط أن يقوم باستئجار وسائل المواصلات ، والتفاوض ، والتعاقد ، والجدولة ، والدفع .

وإذا كان الناقل الرسمي يوفر قائمة بمواعيد وصول وإقلاع المشاركين ، فإن باستطاعة المخطط أو إدارة المبنى تنسيق وقت توفير المواصلات الأرضية في المطار أو في المحطة . وتبلغ سعة الحافلة (٥٠) راكباً بينما تبلغ سعة الحافلة الصغيرة من (٦-١٠) أشخاص .

ويجب إبلاغ المشاركين بمواعيد توفر وسائل المواصلات حتى يرتبوا مواعيد وصولهم معها . وبالإمكان إرفاق جدول المواصلات الأرضية مع أوراق التسجيل . وعند التسجيل أو في بعض الأحيان خلال الاجتماع ، يكون باستطاعة المشاركين تسجيل موعد حاجتهم للمواصلات .

خدمات التوصيل :

لا بد للاجتماعات الكبيرة التى يتوزع المشاركون فيها على عدة فنادق من أن تدير خدمات المواصلات بدقة. فالمشاركون يحتاجون مواصلات إلى مركز المؤتمرات، وإلى الفندق الرئيسي ، وبين الفنادق ، وإلى الجلسات والنشاطات التى تتم فى أماكن غير المقر الرئيسى . وبإمكان المخطط استئجار حافلات تربط الفنادق الرئيسية ومركز المؤتمرات فى رحلات منتظمة . فى البداية لابد من تحديد المسار بين الفنادق. وقد يكون من اللازم الاتصال بمرور المدينة للتأكد من أن المسار المحدد للحافلات مسموح به . ولابد كذلك من الاتصال بالفنادق أو الأمكنة الأخرى التى ستتوقف فيها الحافلات للسؤال عن أنظمة المواقف وارتفاعات المداخل واتساع الطرق الداخلية بها .

ولابد أن يوضع برنامج سير الحافلات موافقًا لبرنامج الاجتماع . فعلى سبيل المثال ، ربما تتوقف الحافلة فى البداية عند الفنادق التى يسكنها معظم المشاركين ، وهذا يسمح لأغلبية المشاركين بركوب الحافلة أولاً . وإذا تبين أن هناك حاجة لمزيد من الحافلات فى المحطات اللاحقة، فإن بالإمكان الاتصال بالمسؤول عن الحافلات مبكراً. ولابد من أخذ حساب ساعات الضغط المروري والظروف الجوية . ويتغير عدد الحافلات التي تدعو الحاجة إليها حسب الوقت خلال اليوم ، وحسب الجلسات المجدولة . ويجب على مخططى الاجتماع مراقبة سير الحافلات والتعرف على عدد الحافلات التى يحتاجها الوضع .

وبالإضافة إلى خدمات التوصيل المستمرة، قد تدعو الحاجة مخطط الاجتماع إلى توفير مواصلات إلى أماكن أخرى تقام فيها نشاطات معينة. فعلى سبيل المثال من الممكن أن ينظم مكتب المؤتمرات والزوار حفل استقبال للتعريف بمركز الزوار الجديد. لهذا لابد من إحضار المشاركين إلى المركز الساعة السادسة مساءً وإعادتهم الساعة الثامنة مساءً . أو ربما تم استئجار حافلة لتوصيل المشاركين إلى أحد المطاعم لتناول العشاء، وربما احتاج الأمر في الاجتماعات الكبيرة إلى أن يتفق المخطط والمسؤول فى شركة الحافلات على عمل جدول لأخذ المشاركين من فنادق عديدة .

ويجب أن يوضح برنامج الاجتماع ما إذا كان سيتم توفير المواصلات للجلسات والنشاطات التى ستقام فى مكان بعيد عن مقر عقد الاجتماع . وإذا كان يتوقع أن يتجمع الأشخاص فى بهو الفندق فى وقت محدد لركوب حافلة فيجب أن يتم إشعارهم بذلك. ويلزم إعطاء المشاركين الوقت الكافي ليذهبوا إلى غرفهم ليأخذوا قسطاً من الراحة، أو ليغيروا ملابسهم أو أحذيتهم قبل الذهاب إلى مكان آخر.

التعاقد للمواصلات :

عند التخطيط للاجتماع يجب الاتصال بشركات الحافلات لتقدم عروضها لتقديم خدمات المواصلات المطلوبة . وتمتلك بعض إدارات المناطق التعليمية حافلات متوفرة (خصوصاً فى فصل الصيف) ، ولكن مخطط الاجتماعات يعمل فى أحيانٍ كثيرة مع ملاك حافلات .

وتشمل تكلفة المواصلات عدة أجزاء . فأولاً هناك تكلفة الساعة لكل من الحافلة والسائق . وربما شمل العرض كذلك الوقت الذى تستغرقه الحافلة لتصل إلى الموقع من المواقف . وربما تم تحديد عدد ساعات أدنى لاستخدام كل حافلة . ويجب أن يفهم مخطط الاجتماع ما إذا كان سيتم استخدام الحد الأدنى من الساعات المتفق عليه لاستخدام الحافلة كله في وقت واحد أم أن من الممكن تجزئته (مثل ثلاث ساعات فى الصباح وثلاث ساعات بعد الظهر) . ويكلف طلب حافلات وسائقين إضافيين بالطبع زيادة فى النفقات . وفى بعض الأحيان لا يتم إعادة الحافلات إلى الموقف الذى جاءت منه توفيراً للمصاريف .

إن السعر ليس هو العامل الوحيد لاختيار شركة حافلات، فلابد أن تتوفر إجابات لدى مخطط الاجتماع عن الأسئلة التالية : هل لدى الشركة عدد كاف من الحافلات للقيام بالمهمة؟ هل لدى الشركة سابق خبرة بالخدمة المطلوبة؟ هل هناك من يمكن الاتصال بهم لمعرفة تعامل الشركة معهم؟ هل ملفات التأمين متكاملة؟ هل الرخص حديثة؟ هل كراسى الحافلة مريحة وبالتوزيع المطلوب؟ هل يتوفر بالحافلة تهوية وتكييف وتدفئة كافية؟ هل للحافلة باب خلفي للتعجيل بالصعود والنزول؟ هل يتوفر بالحافلة دورة مياه؟ هل بالحافلة تجهيزات للأكل؟ هل يتوفر بالحافلة رافعة هيدروليكية

لمساعدة المعاقين على الصعود والنزول؟ هل بالحافلة جهاز اتصال؟ وعند استخدام حافلات عديدة، هل بإمكان سائقيها الاتصال ببعضهم؟

ويجب أن يتم وضع علامات بارزة على الحافلات تدل على أنها مخصصة للاجتماع . فمن الضروري وجود لوحات أمام وعلى جوانب وخلف الحافلة توضح اسم الاجتماع ، وإذا دعت الحاجة تتضمن معلومات عن الطريق الذي تسلكه الحافلة. كما يجب كذلك وضع لوحات إرشادية في أماكن توقف وصعود ونزول المشاركين.

يجب أن يكون لدى السائقين فكرة كاملة عن الطرق التي سيسلكونها، كما يلزم إعطاؤهم خرائط توضح خط السير الذي يتبعونه . وفي حالة توقع قيام السائقين بأخذ رسوم المواصلات فلا بد من إعطائهم تعليمات وسياسات ذلك كتابياً. كما يجب وضع قواعد للتعامل مع حالات الطوارئ من أعطال ميكانيكية، أو أخطار صحية أو طقس غير مناسب، أو تأخر كبير .

وفيما يلي نموذج تأشير يساعد في حالة استئجار حافلة

نموذج تأشير لاستئجار حافلة :

التواريخ التي تحتاج فيها الخدمة ....

نقاط الإركاب : .... نقاط النزول ....

جدول المواعيد :

إركاب .... نزول ....

إركاب .... نزول ....

إركاب .... نزول ....

العدد الأقصى للمستخدمين .... العدد الأدنى للمستخدمين ....

المركبات المطلوبة : ....

....

ترتيبات الدفع ....

العلامات الإرشادية ....

المعلومات التي وزعت ....

ما يجب مراعاته في العقد :

عند تقييم عروض من عدد من الشركات، قيم العوامل التالية باستخدام سلم تدرج حسابي بحيث : ٥ = ممتاز ، ٤ = جيد ، ٣ = متوسط ، ٢ = أقل من المتوسط ، ١ = ضعيف .

المركبات :

النظافة ________ الصيانة ________

المقاعد مريحة ______ توزيع المقاعد ______

التهوية ________ التكييف/التدفئة ______

دورة المياه ______ منطقة الأكل ______

سهولة الاستخدام للمعاقين ______ مكبرات الصوت ______

أجهزة الاتصال ______ أماكن الأثاث ______

الشــركة :

الأشخاص الذين يمكن سؤالهم عنها ______ الخبرة ______

مرخص لها ______ التأمين ______

ترتيبات الطوارئ / الأعطال ....

....

التكلفة :

بالساعة ______ للشخص ______

– هل يحتسب زمن السير من/ إلى موقف الشركة؟ : ☐ نعم ☐ لا

– هل هناك حد أدنى مطلوب من الساعات؟ ☐ نعم ☐ لا العدد ______

– هل يمكن تقسيم الحد الأدنى؟ ☐ نعم ☐ لا

– هل يمكن إضافة مركبات؟ ☐ نعم ☐ لا التكلفة الإضافية ______

– هل يمكن إعادة المركبات غير المستخدمة؟ ☐ نعم ☐ لا التكلفة الإضافية ______

نشاطات وقت الفراغ :

لابد لأي اجتماع أن يضع جدولاً لوقت الفراغ بعيداً عن جو الاجتماعات. أما كيف يتم قضاء هذا الوقت فيترك للمشاركين تقريره، أو أن يتم تخطيط بعض النشاطات . وتشتمل اجتماعات التحفيز في معظم الأحيان على فترات مفتوحة.

ويتم قضاء أوقات الفراغ بشكل عام في ثلاثة نشاطات هي : التسلية والاستجمام والمشاهدة (مشاهدة معالم مدينة على سبيل المثال) . وهذه قد تكون أنشطة متداخلة. ويمكن أن تشمل الاجتماعات برامج خاصة للكبار ، وبرامج خاصة للأطفال المرافقين للمشاركين ، وكذلك برامج تسبق أو تلحق برنامج الاجتماع الرسمي .

ولا يعني تخطيط نشاطات الفراغ مجرد طلب تذاكر للبالية أو إبلاغ الأشخاص متى يصلون إلى المسرح . فربما شمل برنامج وقت الفراغ وجبة أكل، وربما دعت الحاجة إلى ترتيب مواصلات لإتاحة الفرصة للمشاركين لحضور النشاطات .

التسلية والترفيه:

ربما تم جدولة التسلية كجزء من برنامج الاجتماع وأقيمت في موقع الاجتماع. ربما كانت التسلية نوعاً من عروض المحترفين مماثلة لعروض برودوي (BROADWAY) بأزياء مميزة وإضاءة ومؤثرات صوتية . أو بمستوى أقل ، أو تكون مسابقة مواهب تجري بين المشاركين ، وهذا من نشاطات التسلية الأكثر شعبية ، وربما تم الاتفاق مع مجموعة غنائية محلية ، أو مسارح صغيرة لتوفير التسلية خلال الاجتماع .

ويمكن كذلك أخذ المشاركين إلى نشاطات تسلية تعقد في مدينة الاجتماع. ومن هذه النشاطات العروض الموسيقية ، والنشاطات الرياضية ، والمسرحيات ، وحفلات

المجموعات الغنائية . ويمكن أن يكون باستطاعة مخطط الاجتماع لبعض المجموعات ترتيب حفل استقبال لـ "لقاء النجوم" على المسرح بعد تقديم عرض، أو أن يقوم المشاهير بالتوقيع للمشاركين .

ومن الممكن أن تكون المشاركة في نشاطات وقت الفراغ اختيارية ، فيقوم المشاركون بالتسجيل لنشاط معين ثم يدفعوا الرسوم المطلوبة ليستلموا التذاكر . وفي بعض الأحيان تكون تكلفة نشاطات التكلفة الخاصة مضافة إلى تكلفة التسجيل ، أما بالنسبة للنشاطات الإختيارية فيجب على المخطط أن يحجز بعض المقاعد ، ويعرضها للبيع حتى وقت معين . وإذا كان لابد للمخطط من شراء تذاكر فإن هناك احتمال عدم بيع التذاكر كلها مما يتسبب في خسارة .

الألعاب والتمارين :

إن توفر مسبح أو غرفة لمزاولة التمارين الرياضية يوفر فرصة لنشاط وقت الفراغ . وتحتوي كثير من الفنادق على مركز للمعدات الرياضية موفرة للزبائن دون أية رسوم ، أو برسوم رمزية .

ويمثل الجولف والتنس أكثر نشاطات التسلية شعبية ، ويمكن لمخطط الاجتماع، بمساعدة المحترفين في التنس أو الجولف ، تنظيم المسابقات بين اللاعبين ، وتحديد مستويات وأوقات اللعب ، وتقديم الجوائز لهم . ويمكن تقديم الجوائز والدروع خلال حفل العشاء النهائي .

وتتيح المناطق القريبة من المحيط الفرصة للسباحة والتزحلق على الرمال والتزحلق على الماء . كما توفر رمال الشاطيء مجالاً لكرة الطائرة ومسابقات شد الحبل والتي تتيح مجالاً جيداً للتسلية.

ومرة أخرى نقول إن تكاليف نشاطات الاستجمام والتسلية يمكن أن يدفعها المستمتعون بها ، كما يمكن أن تكون داخلة ضمن رسوم التسجيل للاجتماع. وعند إضافة المصاريف إلى رسوم التسجيل فيجب أن تؤخذ في الاعتبار رسوم الملاعب الخضراء والملاعب، واستئجار المعدات الرياضية ، والإدارة المتخصصة لهذه النشاطات، وكذلك الجوائز والأوسمة التي تمنح للفائزين .

المشاهدة :

ربما كان أكثر نشاطات وقت الفراغ شيوعاً هو المشاهدة (أو رؤية المعالم)، على الرغم من أن زيارة المعالم السياحية لا يروق لجميع الأشخاص . ويتوفر في المدن الكبرى شركات متخصصة في تقديم خدمات رؤية المعالم. ويمكن أن يكون دفع رسوم الجولة من قبل المستفيد ومن الممكن أن تدخل ضمن رسوم التسجيل.

إذا كانت جولات رؤية المعالم تتم على أساس (كلٌ مسؤول عن نفسه) فإنه من الأفضل توفير المعلومات والكتيبات والأدلة الخاصة بذلك في منطقة التسجيل للاجتماع. ومن الممكن أن تقوم إحدى شركات الجولات السياحية بتكليف أحد موظفيها بالجلوس على طاولة التسجيل لتسجيل الراغبين.

وإذا كانت الجهة المنظمة للاجتماع ستتولى دفع رسوم الجولات فإنه يلزم حصر عدد الراغبين في المشاركة. ويمكن أن يتم هذا قبل الاجتماع وخلال عمل الحجز للمشاركة في الاجتماع أو عند التسجيل. ويجب أن يكون الحصر دقيقاً ؛ لأنه يعطي فكرة عن عدد الحافلات والمرشدين السياحيين المطلوبين.

برامج المرافقين :

يتزايد عدد الأشخاص الذين يحضرون للاجتماعات مع مرافقين لهم. إذا كانت النبذة عن المشارك تدل أن عدداً كبيراً من الزوجات أو الأزواج، أو عدداً كبيراً من غيرهم سيحضرون إلى المنشأة التي سيعقد فيها الاجتماع ولكنهم لن يكونوا من المسجلين للاجتماع، فإنه من الضروري تنظيم بعض النشاطات لهم.

وربما كان المرافقون يستمتعون بالتسلية أو الاستجمام أو الترفيه أو رؤية المعالم أو أية نشاطات أخرى ، لذا يجب على منظم الاجتماع جدولة النشاطات التي يستمتعون بها. وفي الماضي كان من السائد جدولة نشاطات المرافقين بحيث تشمل عروض الأزياء، وعروض التحف ، والجولات التسوقية للسيدات اللاتي يرافقن أزواجهن. ولكن مع تغير تركيبة القوى العاملة، فإن الإبداع في عمل برنامج نشاطات للمرافق مطلوب .

كما أن تقديم حلقات قصيرة حول المواضيع التي تناقش في الاجتماع يمكن أن يتيح مجالاً للنقاش بين المشاركين ومرافقيهم . فعلى سبيل المثال ربما رغب المرافقون

المشاركون في اجتماع لبرامج الحاسب في التعرف على برنامج جديد للحاسب سيتم عرضه في الاجتماع، أو ربما رغب مرافق مساهم في معرفة ما يقدمه مختص فى موضوع الشؤون المالية الشخصية في محاضرة خلال الاجتماع.

ويوجد فى بعض المدن شركات متخصصة فى تخطيط برامج للمرافقين. ويفترض أن تتوفر المعلومات عن هذا في مكتب المؤتمرات والزوار. وربما كان لدى المشاركين المحليين أفكار عن بعض النشاطات، وربما رغب مرافقوهم في ترتيب بعض النشاطات للمرافقين الآخرين من الخارج .

ومن الممكن أن يكون الدفع لبرامج المرافقين بصفة منفردة حيث يدفع كلٌ عن نفسه . أما بالنسبة لاجتماعات التحفيز فإن التكاليف تدفعها المنظمة الراعية للاجتماع ، ولابد من إرفاق أدلة وصفية عن نشاطات المرافقين مع أوراق التسجيل ، ويجب طلب التسجيل المسبق : لأنه يلزم عمل ترتيبات التأكيد على حضور محاضر أو مشارك .

برامج الأطفال :

إذا دلت النبذة عن المشارك على احتمال اصطحاب المشاركين أطفالاً معهم ، فقد يكون من الأفضل أن يقوم المخطط بإعداد قائمة بخدمات رعاية الأطفال الموفرة للمشاركين ، ويجب التأكد من أن مراكز العناية بالأطفال مرخصة ومؤمن عليها قبل إدراجها فى أية معلومات موفرة للاجتماع . يوضح للمشاركين مصدر المعلومات الواردة فى القائمة (مكتب المؤتمرات والزوار على سبيل المثال) ، ويلزم وضع نص يوضح أن إدارة الاجتماع لا توصى بمركز أو مراكز العناية بالطفل.

بعض الاجتماعات توفر رعاية للأطفال خلال الاجتماعات . وهذا قد يجلب الكثير من التعقيدات والتكلفة المرتفعة ، وإضاعة وقت للمخطط . فالأمر يتطلب توفير أسرّة وفرش وأثاث خاص بالأطفال بالإضافة إلى الأكل والماء ودورات المياه والألعاب والعاملين المدربين . وعادة يتطلب الأمر تواجد ممرضة مرخصة . وعادة ما تكون الأنظمة والشروط الصحية والغذائية لمراكز العناية المؤقتة بالأطفال صارمة .

ويمكن أخذ الأطفال فى جولات خاصة بهم، ويمكن تنظيم ألعاب ومسابقات لتسليتهم. ويمكن أن تساعد أعمارهم فى تحديد النشاطات التى تناسبهم .

الجولات السابقة واللاحقة للاجتماع :

يمكن أن يستفيد الأشخاص من جولات سياحية قبل أو بعد الاجتماع بدفع رسم إضافي . وربما تكون هذه رحلات ليوم واحد أو أطول . فمثلاً يمكن بسهولة تسويق رحلة بحرية لمدة ثلاثة أيام بعد اجتماع يعقد في ميامي .

وعادة ما يتولي وكيل سفريات أو منظم جولات سياحية تفاصيل الجولة بما في ذلك تسويقها . وتتمثل مسؤولية مخطط الاجتماع في التأكد من قدرات وخبرات منظم الجولات السياحية . ويجب أن يوفر المخطط للمنظم معلومات عن طبيعة المجموعة، والجدول المناسب لها . والوضع المثالي هو أن تشمل الجولة فقط المشاركين في الاجتماع ومرافقيهم، وأن توفر لهم ميزات لا توفر عادة لعامة الناس .

ويشمل عمل المخطط في معظم الاجتماعات ترتيبات المواصلات، ومع أن ذلك ليس بأكثر تعقيداً من نقل الموظفين إلى مقر الاجتماع، إلا أن ترتيب المواصلات يعتبر جزء معقداً من عملية التخطيط. وترتبط المواصلات مع إدارة وقت الفراغ ارتباطاً كبيراً. ومن الضروري توفير وقت فراغ خلال الاجتماع. ويمكن أن يكون تنظيم نشاطات وقت الفراغ عملية معقدة، ولكنها في نفس الوقت تمثل الفرق بين اجتماع متميز واجتماع يكاد يكون عادياً .

نشاطات الفصل :

١ – قم بالاتصال بشركة تأجير حافلات وتعَرف على الأسعار والشروط الخاصة بهم .

٢ – استكشف المواصلات الأرضية المتوفرة لأقرب مطار إليك .

٣ – تحدث مع وكيل سفريات حول الخدمات المتوفرة لديهم للمساعدة في تنظيم الاجتماعات .

٤ – اذكر أسماء أربع مجموعات ترفيه يمكن أن تقدم عروضها في مؤتمر يعقد في مدينتك .

٥ – اذكر أربع بدائل للترفيه والتسلية تتوفر في مدينتك .

٦ – قم بعملية استكشاف لأهم الجولات السياحية المتوفرة في منطقتك .

الفصل الثالث عشر

التقييم والمتابعة

بعد إنهائك هذا الفصل ستكون قادراً على:

١ - معرفة العناصر التى تقوم بتقويمها.

٢ - اختيار طريقة التقييم المناسبة.

٣ - القيام بنشاطات المتابعة بكفاءة.

يمثل حصول الطالب على تقدير في تقريره المدرسي إما حدثاً يخشاه، أو حدثاً يتوقعه بثقة . ويمثل التقرير تقييماً يمكن أن يكون قاعدة لتغيير إيجابي . وعلى نفس المنوال فإن تقييم اجتماع يجب أن يحظى بنفس العناية والحرفية التي يوليها مخطط الاجتماع لجميع نواحي إدارة الاجتماع .

ويعني التقييم إعطاء قيمة للشيء المراد تقويمه . للمعلومات التي يتم الحصول عليها من التقييم أهمية لمخطط الاجتماعات وللمنظمة . هل تم تحقيق أهداف الاجتماع؟ هل يستحق الاجتماع الجهد الذي بذل من أجله؟ حتى وإن تم عقد الاجتماع من أجل المتعة فقط، فإنه يجب أن يتم التعرف على ما إذا كان الاستمتاع الذي حصل عليه المشاركون يستحق المشاكل التي واجهها المنظمون أم لا .

إن الاجتماعات التي تهدف إلى تحقيق دخل لها معيار نجاح أو فشل بسيط هو: هل تم تحقيق دخل أم تم تكبد خسائر؟ أما الاجتماعات التي تهدف إلى التحفيز فهي مكلفة جداً، وهناك أهمية كبرى لتحقيقها للهدف منها (عادة ما يكون زيادة أداء المبيعات) . وهذا يمكن التحقق منه بمراجعة أرقام المبيعات اللاحقة ، وعدد المشاركين الذين تأهلوا لحضور اجتماع التحفيز القادم.

طرق التقويم :

يمكن إجراء التقويم بعدة طرق. فيمكن تعيين أشخاص لحضور حلقات عامة أو فرعية ثم يسألون أسئلة محددة عن تلك الحلقات . وهؤلاء من الممكن أن يكونوا مسؤولين في المنظمة صاحبة الاجتماع ، أو من الأشخاص الذين سبق أن كانوا متحدثين في الاجتماع . أو بالإمكان أن يتم اختيارهم عشوائياً من عموم المشاركين . والطريقة الأخرى للتقويم هي مقابلة مشاركين في الاجتماع بشكل عشوائي للتعرف على رأيهم . ومن الممكن إجراء التقويم خلال الاجتماع ، أو في نهايته ، أو بعد انتهائه بفترة من الزمن . ومن المكلف جداً إرسال وسائل التقويم للمشاركين بعد نهاية الاجتماع ، كما أن نسبة العائد من التقويمات يمكن أن تكون منخفضة جداً.

وحتى مع استخدام وسائل تقويم أخرى ، فإنه يجب على الإدارة أن تجتمع وتتبادل الآراء وتراجع إحصائيات التقويم .

وقد جرت العادة أن يأخذ التقويم شكل استبانات توزع على المشاركين ، ويطلب منهم تعبئتها. ويشعر معظم الناس بالسرور لأنه طلب منهم إبداء رأيهم فيكونون راغبين في تعبئة الاستبانات ، ومن أسهل أنواع التقويم ترتيب أو إعطاء تقدير معين لبعض معايير التقويم باستخدام معيار متدرج رقمي ، وفي معظم الحالات فإن تقدير (٥) يعني ممتاز ، و(٤) جيد ، و(٣) متوسط ، و(٢) منخفض ، و(١) ضعيف ، ويجب شرح أية تعليمات تخص التقويم بشكل واضح.

وتتوفر العديد من برامج الحاسب الآلي التي تساعد على تجميع المعلومات من الاستبانات ، وتستطيع الماسحات الضوئية تحويل إشارات قلم الرصاص إلى إحصائيات مفيدة .

وكما هو الحال مع معظم الأشياء فإن إجراء أبسط أنواع التقويم هو عملية مكلفة وقتاً ومالاً . فهناك المواد التي تحتاج إلى طباعة ، وهناك الفترة الزمنية التي قد يحتاج إلى حجزها من وقت الحاسب الآلي ، كما تحتاج العملية إلى تخصيص عدد من الأشخاص لتحليل نتائج التقييم .

بالإمكان وضع استبانات على المقاعد قبل بدء الاجتماع ثم يتم جمعها من قبل رئيس لاجتماع في نهاية الجلسة ، ولجعل الأشخاص يشاركون في عملية تقييم اجتماع عام فإنه من المفيد منح كل من يعيد نموذج تقييم معبأ هدية صغيرة ، من الممكن أن تكون هذه الهدية بسيطة ، جداً كأن تكون دفتراً للكتابة . أما في حالة كون التقييم هاماً جداً فإنه لابد من تقديم جائزة أكبر لمن يعيدون الاستبانات ، ومن الممكن تشجيع الناس على تعبئة الاستبانات بعمل مسابقة بسيطة ، أو إكمال لغز ، أو رسم لوحة للحصول على جائزة .

معايير التقويم :

يجب تقييم جميع عناصر الاجتماع مثل الموقع الجغرافي والمبنى الذي عقد فيه الاجتماع والجلسات والاجتماع بشكل عام. ربما كان مبنى الاجتماع ممتازاً عندما فحصه مخطط الاجتماع ، ولكن إلى أي مدى راق للمشاركين؟ وهل كان توقيت وسير الجلسات مناسباً للموضوعات التي درست؟ أو هل شكا المشاركون بأنهم استُعجلوا؟

وإذا كان المتحدث الرئيسي قد حظى بتوصيات عالية وبدا رائعاً فى شريط الفيديو، فهل فهم وقدر المستمعون ما قاله؟

ربما كان تقييم جميع ما يتعلق بالاجتماع مكلفاً وقتاً ومادةً . ولكن على مخطط الاجتماع أن يتعرف بشكل عام على نقاط النجاح ونقاط الفشل فى ترتيبات عقد الاجتماع.

☐ **الموقع** : لابد من تقييم الموقع الجغرافى ومرافقه . ومن الممكن اكتشاف مواقع مرغوبة مستقبلاً عن طريق السؤال عن أماكن الترفيه، واللطافة، والأمان، وجمال المدينة والمنطقة التى سيعقد فيها الاجتماع . وسيتضح من التقويم ما إذا كان المشاركون يفضلون مدينة أو منتجعاً فى المستقبل .

تقييم الموقع الجغرافى باستخدام مقياس تقييم تدريجى من (١ - ٥) :

قيم العناصر التالية عن المدينة بحيث : (٥) = ممتاز ، (٤) جيد ، (٣) = متوسط ، (٢) = تحت المتوسط ، = ضعيف .

___ سهولة المواصلات من مدينتى .

___ التسلية .

___ الجولات السياحية .

___ المطاعم .

___ التسوق .

___ الترفيه .

___ لطافة السكان .

___ تكاليف المعيشة .

___ الدرجة الكلية .

ماهى المنطقة التى تقترحها لاجتماع مقبل؟ : ....

....

ملاحظات : ....

....

❑ **المقر** : يجب تقييم المقر بشكل عام ، وتقييم غرف الاجتماعات ، وغرف النوم والطعام والخدمة ، والتسهيلات الأخرى . ويحتاج المخطط إلى بعض الإرشاد عند اختيار مقر فى المستقبل للمشاركين فى اجتماع معين . وترحب معظم إدارات المقارّ بالتقويم ، ويوجد لدى معظمها استباناتها الخاصة بالتقويم ، وتحوى قائمة اختيار الموقع فى الفصل الخامس الكثير من هذه الأسئلة .

إن تقويم المقر يلقى الضوء على أمور مثيرة للاهتمام . فربما لاتهتم مجموعة بوجود مسبح ، وربما أفادت مجموعة أخرى بأنها تتوقع مستوى أعلى من الخدمة.

وعند تقييم مقر فإنه يجب تقويم الأكل والشرب خلال جلسات الاجتماع وكذلك فى صالات الطعام العامة . فربما خرج المخطط ببعض الاستنتاجات عن الرغبات كأن يكون معظم أعضاء المجموعة لايحبون السمك، أو أن أياً من أعضاء المجموعة لم يأكل فى مطعم الفندق، وهذه الاستنتاجات تؤثر مستقبلاً فى اختيار المقر.

تقييم المقر باستخدام مقياس تقييم تدريجى من (١-٥) :

قيم المقر الذى عقد فيه الاجتماع ، حيث : (٥) = ممتاز ، و (٤) = جيد ، و (٣) = متوسط ، و(٢) = تحت المتوسط ، و (١) = ضعيف .

_____ الموقع

_____ توفر المواصلات .

_____ السعر .

_____ مستوى الفخامة .

_____ المطاعم العامة .

_____ خدمة الأكل والشرب خلال الاجتماع .

_____ إجراءات استلام الغرف وتسليمها .

_____ الترفيه .

_____ مساحات العرض .

قاعات الاجتماعات :

- ـــــ الموقع .
- ـــــ الديكور .
- ـــــ توزيع المبنى .
- ـــــ راحة الأثاث .
- ـــــ مناسبة درجة الحرارة .
- ـــــ الصوت .
- ـــــ الإضـــاءة .

غرف النوم :

- ـــــ الديكور .
- ـــــ النظافة .
- ـــــ الأمن .

الخدمة :

- ـــــ الكفاءة .
- ـــــ المكتب الأمامي .
- ـــــ العاملون باللبس الموحد .
- ـــــ مقدمو الطعام .
- ـــــ خدمات الغرف .
- ـــــ المتاجر والخدمات المكتبية المساعدة .
- ـــــ الدرجة الكلية .

ملاحظات : ....

□ **الاجتماع بشكل عام** : الخطوة التالية فى تقويم الاجتماع بشكل عام. وتشمل محتويات البرنامج وتنظيم إدارة الاجتماع ، كما يلزم تحديد ما إذا كان قد تم تحقيق أهداف الاجتماع أم لا؟ وهل كان توقيت الاجتماع مناسباً؟ وهل سيحضر المشاركون اجتماعاً مشابهاً العام القادم أم لا؟ وماهي أكثر الجلسات قيمة ، وماهى أقلها ؟

قيّم المبنى الذى عقد فيه الاجتماع ، حيث : (٥) = ممتاز ، و(٤) = جيد ، و(٣) = متوسط ، و(٢) = تحت المتوسط ، و (١) = ضعيف .

_____ تم تحديد وتحقيق أهداف الاجتماع.

_____ وقت عقد الاجتماع (من العام).

_____ طول الاجتماع .

_____ أيام الأسبوع .

_____ التكلفة .

_____ الموقع الجغرافى .

_____ المبنى .

_____ المواصلات .

_____ فائدته لى .

_____ الوقت المنقضى .

_____ الجلسات العامة .

_____ الجلسات الفرعية .

_____ المتحدثون بشكل عام .

_____ المعارض .

الطعام والشراب :

_____ الوجبات .

_____ استراحات القهوة .

ـــــ حفلات الاستقبال .

ـــــ نشاطات وقت الفراغ .

مواد التسويق :

ـــــ الإعلانات .

ـــــ الدعايات .

ـــــ البريد المباشر .

ـــــ المظهر (الشكل) .

ـــــ التوقيت .

ـــــ التعامل مع التسجيل بالبريد .

ـــــ التعامل مع التسجيل بالموقع.

مواد الاجتماع :

ـــــ البرنامج .

ـــــ قوائم المشاركين .

ـــــ قوائم العارضين .

ـــــ بطاقات الأسماء .

ـــــ أخرى .

ـــــ خدمة مكتب المعلومات .

ـــــ الدرجة الكلية .

مقترحات للعام القادم : ....

....

ملاحظات : ....

....

" ☐ **الجلسات** : كما ذكر سابقاً فإن من الممكن تقويم كل جلسة . وأفضل طريقة لعمل ذلك هي قيام رئيس الجلسة بتجميع التقييمات في نهاية الجلسة . وستساعد المعلومات الناتجة من هذا التقييم على اختيار المتحدثين والمواضيع للاجتماعات المقبلة .

تقويم الجلسة : باستخدام مقياس تقييم تدريجي من (١ - ٥) :

قيِّم المبنى الذى عقد فيه الاجتماع ، حيث : (٥) = ممتاز، و(٤) = جيد، و(٣) = متوسط، و(٢) = تحت المتوسط، و (١) = ضعيف .

____ تم تحديد الأهداف بوضوح

____ تم تحقيق الأهداف .

____ الموضوع مناسب لى .

____ تقييم الوقت المنقضى . .

____ المتحدث (المتحدثون) .

____ تنظيم المادة .

____ التقديم .

____ الوسائل السمعية والبصرية .

____ الأوراق الموزعة .

____ تفاعل الجمهور .

____ الدرجة الكلية .

مقترحات لمواضيع الجلسات للاجتماع القادم : ....

....

عند قيام المشاركين بتعبئة استبانات تقويم الاجتماع ، فإن باستطاعتهم كذلك أن يوفروا للمخطط نبذة عنهم . وتستخدم هذه النبذة في إصدار قرارات تخطيطية عديدة مثل توقيت الاجتماع . ويمكن تصميم هذا النموذج ليمكن للمشاركين تعبئته بأقل قدر من الكتابة ، لكى تتمكن الحاسبات الآلية من تجميع المعلومات منه . وتتيح الاستبانه

للمنظم كذلك جمع معلومات حول موضوعات معينة . فمثلاً قد يُسأل مدرب الطباعة "ماهو الكتاب الذى تستخدمه لتعليم مبادئ لوحة المفاتيح؟" وقد يُسأل أحد ملاك المازيراتى "أين تم شراء سيارتك؟" لذا استخدم الاسئلة المتعددة على اللمحة المبدئية .

لمحة عن المشارك :

عدد سكان المدينة التي تسكنها :

❑ أكثر من ١٠٠٠٠٠٠   ❑ ١٠٠٠٠٠   ❑ ٥٠٠٠٠   ❑ ٢٥٠٠٠ أو أقل .

البعد عن مدينة الاجتماع :

❑ أقل من ١٠٠ ميل   ❑ من ١٠٠ – ٣٠٠ ميل   ❑ ٣٠٠ – ٦٠٠ ميل   ❑ أكثر من ٦٠٠ ميل .

العمر :

❑ أقل من ٢٥ عاماً   ❑ ٢٥ – ٣٥   ❑ ٣٥ – ٤٥   ❑ ٤٥ – ٥٥   ❑ أكبر من ٥٥ .

الجنس :   ❑ ذكر   ❑ أنثى

الوظيفة : ....

نوع العمل :   ❑ صناعة   ❑ توزيع   ❑ خدمات   ❑ حكومى .

متوسط الدخل :

❑ أقل من ٢٥٠٠٠ دولار   ❑ من ٢٥٠٠٠ – ٣٥٠٠٠ دولار .   ❑ من ٣٦٠٠٠ – ٥٠٠٠٠ دولار .

❑ أكثر من ٥٠٠٠٠ دولار.

هل أحضرت معك مرافقاً ؟   ❑ نعم .   ❑ لا .

إذا كان الجواب نعم :

ما هو العمر والجنس؟ :   ـــــــ العمر .   ❑ ذكر .   ❑ أنثى .

طريقة الدفع :

❑ أدفع بنفسى .   ❑ يدفع لى من أعمل عنده .   ❑ نقداً .   ❑ بشيك شخصى   ❑ ببطاقة ائتمان .

المتابعة :

إن دور مخطط الاجتماع لا ينتهي باختتام الاجتماع ، فهناك العديد من نشاطات اللاحقة التي لا بد من القيام بها .

ففي مقر الاجتماع لا بد من إعطاء المنح . ولاحظ أنه تم إضافة هذه المنح ضمن ما تم شراؤه مثل الأكل والشرب . ويرجع الأمر للمخطط في تقديم المنح من عدمه . ولكن لابد من ملاحظة أنه في حالة تقديم خدمة أكثر من المعتاد فلا بد من منح مكافأة نظير ذلك .

ولابد من مراجعة كشف الحساب الرئيسي من قبل المخطط يومياً خلال الاجتماع ، وكذلك مراجعة تكاليف الغرف ، وعمل حصر نهائي لعدد الليالي المستخدمة . وإذا كان هناك عرض من إدارة المقر بتوفير أجنحة مجاناً فيلزم التأكد من أن الإدارة لم تضف أجرتها إلى الفاتورة بطريق الخطأ .

ويجب جرد وشحن المواد لإعادتها إلى المكتب الرئيسي ، ثم يجب إعادة جردها عند وصولها إلى المكتب مرة أخرى بعد الاجتماع .

وعند العودة للمكتب هناك عدة نشاطات متابعة تحتاج إلى تنفيذ . فيجب عمل إحصائيات عن عدد الحضور ، وعدد الوجبات التي قدمت ، وعدد الأشخاص الذين استخدموا المواصلات الأرضية ، وكم بيع من التذاكر ، ويلزم كذلك تحديث القائمة النهائية بأسماء المشاركين .

وإذا كان هناك دورات دراسية تعطى للمشاركين ، فيجب إرسال الشهادات لهم .

وإذا كانت وقائع الاجتماع ستوزع على المشاركين فلابد من التأكد من قائمة العناوين ، ثم تحرير وطباعة وإرسال الوثائق الخاصة بوقائع الاجتماع .

كما يلزم إرسال خطابات شكر للعاملين في المبنى وللمتعاقدين الخارجيين الذين قدموا العون . أما الموظفون في المستويات العليا فلا يُمنحون مكافآت بل تُرسل لهم رسائل شكر ، وتقدم توصيات لمديريهم .

ويجب على مخطط الاجتماع أن يجتمع مع الإدارة الراعية للاجتماع لتقديم توصيات وتقييمات شخصية . يجب عليه كتابة جميع المقترحات للاجتماع القادم .

أيضاً يلزم دفع مصاريف السفر للعاملين وللمقدمين الذين لا يطلبون أجراً ، ولا بد من دفع فواتير المتعاقدين . ويلزم كذلك إعداد الفاتورة النهائية للمبنى ثم إرسال المبلغ المطلوب. وبعد دفع جميع الفواتير لابد من إعداد وتقديم تبريرات لبيان الدخل أو المصاريف مع الميزانية .

ويمكن لمخطط الاجتماع أن يشعر بالرضا عند إكمال آخر نشاطات المتابعة . وبتذكر القرارات العديدة التي تم القيام بها والتفاصيل الدقيقة التي تمت مراعاتها ، يشعر المخطط بالإنجاز الذي تم تحقيقه . فلغز التركيب تم تجميعه قطعة قطعة ، فشكلت القطع العديدة صورة متكاملة وتم بذلك عقد اجتماع ناجح .

ملحق

الميزانية

من أوائل الأسئلة التي يجب أن يجيب عنها مخطط الاجتماعات هي "ماهي ميزانية الاجتماع؟" إن الميزانية عبارة عن تقدير للتكاليف ، فكيف سيتم توفيرها؟

في البداية يقوم المخطط بتحديد من سيقوم بدفع تكاليف الاجتماع ، وفي كثير من اجتماعات الشركات واجتماعات التحفيز يقوم راعي الاجتماع بدفع التكاليف . وعندما يتوقع أن يدفع الأفراد تكاليف مواصلاتهم وسكناهم ورسم التسجيل ، فإن على مخطط الاجتماع أن يعمل على أن تكون تكاليف الاجتماع مناسبة. وترتبط رسوم التسجيل تحديداً بالتكاليف الإجمالية للاجتماع.

وتبنى توقعات الميزانية على سجلات المصاريف في الماضي. وفي حالة عدم وجود عقد مماثل في السابق، فإن مخطط الاجتماع ومدير المنظمة ربما يقومان بإعداد ميزانية بعد قيامهم ببحث حول تكاليف عناصر برنامج الاجتماع ، مثل : مكافآت المتحدثين ، والسكن ، والسفر ، والأكل والشرب .

إن الهدف من وضع الميزانية هو تسهيل عملية دفع التكاليف بدقة وعدم تخطي الميزانية المعتمدة للاجتماع . ولا بد أن يأخذ المخطط في الحسبان التضخم وخصوصاً عندما يتم وضع ميزانية وترتيب لاجتماع سيعقد بعد عامين أو ثلاثة. إن تغيير موقع الاجتماع أو برنامجه وسياسات التسجيل قد تكون مكلفة.

إن دفع مبلغ (٤٠٠٠) دولار إضافي من الممكن أن يدمر ميزانية . واستخدام ثلاث قاعات فرعية بدلاً من قاعة واحدة كاملة يكلف أكثر . كما أن للمشاركين المحليين بحضور الجلسات دون دفع رسوم قد يتسبب في شغل أماكن من الممكن بيعها .

وإذا لم يكن هناك سابق تجربة مع اجتماع مماثل لعمل توقعات لميزانية الاجتماع ، ثم أعطت الإدارة للمخطط المبلغ الذي خصصته للصرف على الاجتماع، أو في حالة الطلب من المخطط وضع ميزانية ، فإنه يجب الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما هي أهداف الاجتماع؟

يناقش الفصل الثالث من هذا الكتاب أهداف الاجتماع ، مثل : التعليم ، والأعمال الداخلية ، والتحفيز ، والإمتاع . ولا تمانع بعض الشركات دفع التكاليف في سبيل تحقيق هذه الأهداف . ولكن إذا كان هدف الاجتماع هو تحقيق دخل ، فيجب أن يتم

التعامل مع الميزانية من مبدأ تخفيض التكاليف قدر الإمكان ، وتحديد رسوم التسجيل ورسوم البرنامج ، لا لتغطى التكاليف فحسب وإنما لتحقيق دخل كذلك .

– كم عدد الأشخاص المتوقع حضورهم؟

كما هو الحال فى الشراء بكميات ، فإن عقد اجتماع لعدد (٢٠٠) شخص هو أقل تكلفة للشخص الواحد من عقد اجتماع لعدد (٢٠) شخصاً . وتكلفة القاعة التى تسع (٢٠) شخصاً تكون أعلى بالنسبة للشخص الواحد من القاعة التى تسع (٢٠٠) شخص . وتحسب كثير من إدارات المبانى التكلفة على أساس العدد . فإذا كان يتوقع حضور (٣٠٠) شخص للاجتماع ، فإن إدارة المبنى ستحسب على أساس حجز وحساب التكلفة على عدة مئات من الغرف مع توفير (٣٠٠) وجبة ، ولهذا فربما خفضت تكاليف قاعات النشاطات .

– أين مكان عقد الاجتماع ؟

كما تمت الإشارة فى الفصل الرابع فإن بعض المدن أعلى تكلفة من مدن أخرى ، وبعض المبانى أغلى من بعض المبانى . وتختلف تسعيرة الغرف من مبنى إلى آخر ، كما تؤثر عوامل أخرى على التكلفة كالوقت من السنة الذى سيعقد فيه الاجتماع ، وتكلفة المواصلات إلى مكان عقد الاجتماع .

– من يدفع : الأشخاص أم المنظمة ؟

إذا كانت المنظمة التى نظمت الاجتماع هى التى ستدفع التكاليف ، فإن حساب الميزانية يكون أسهل . فيكون لدى مخطط الاجتماع ميزانية محددة سلفاً ولن يحتاج إلى متابعة دفع المشاركين للرسوم . والإدارة هى التى تحدد تكاليف الاجتماع . أما فى حالة كون المشاركين هم الذين يدفعون تكاليف المشاركة فى الاجتماع ، فسيكون هناك تأثير كبير لعناصر مجهولة مثل عدد المشاركين .

– كم شخصاً سيتولى راعى الاجتماع دفع تكاليف مواصلاتهم ، وإقامتهم ، ورسوم تسجيلهم ؟

وهذا يعُد أقل أهمية بالنسبة لاجتماع التحفيز ، حيث تكون كل مصاريف المشاركين مدفوعة من قبل المنظمة . أما عندما يدفع المشاركون رسوم التسجيل ،

وتكاليف المتحدثين والموظفين ، فإن ذلك يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار . إن اجتماعاً يحضره (٧٠) متحدثاً ويتم دفع جميع تكاليفه سيكون اجتماعاً مرتفع التكلفة .

- ما هي مكونات البرنامج؟

إن خدمات الأكل والشرب ، ومصاريف المتحدثين ، والترفيه ، والمتطلبات من الأجهزة السمعية والبصرية ، والجلسات التي تعقد بعيداً عن مقر الاجتماع ، ومصاريف الضيافة ، كلها تزيد في تكلفة الاجتماع . ولكن بعض هذه التكاليف من الممكن التحكم فيه بسهولة . فباستطاعة المخطط الحصول على ممول لتكاليف أجنحة الضيافة ، ومن الممكن أن يخفض الممول المبلغ الذي يطلبه ، ومن الممكن كذلك استعارة بعض الأجهزة السمعية والبصرية بدلاً من استئجارها .

وكما هو الحال مع أية ميزانية ، فهناك مصاريف ثابتة وأخرى متغيرة . وإذا لم يمكن معرفة عدد المشاركين فإن جميع التكاليف ستكون متغيرة ؛ وذلك لأنها محسوبة على أساس العدد المتوقع للمشاركين . وعلى سبيل المثال ، فإن تكلفة الوجبة الواحدة للشخص محددة ، ولكن ميزانية الأكل والشرب ستكون غير دقيقة .

تمرين على مثال لميزانية :

توضح المسألة التالية كيفية إعداد ميزانية اجتماع . فمثلاً يتم التخطيط لاجتماع وطني يستمر ثلاثة أيام وليلتين . ومن الاجتماعات السابقة يقدر عدد الأشخاص الذين سيحضرون الاجتماع بـ (٢٠٠) شخص ؛ والهدف من الاجتماع هو التعليم والاتصال ، ولا يتوقع أن يحقق الاجتماع دخلاً . وسيقوم المشاركون بدفع مصاريف مواصلاتهم وسكناهم ورسوم التسجيل . وسيتم تقديم الغداء في الأيام الثلاثة ، كما سيتم تقديم وجبة وحفل استقبال في إحدى الليالي . وقد تم تنظيم جولة مشاهدة (رؤية معالم) مدتها أربع ساعات . وسيتم كذلك إقامة عدة معارض صغيرة في منطقة التسجيل. وهناك أربعة متحدثين وأربعة موظفين سيتم دفع مصاريفهم .

متوسط تكلفة السفر بالطائرة	٣٣٥ × ٩ =	٣٠١٥ دولاراً
تكاليف المواصلات من المطار	٢٥ × ٩ =	٢٢٥ دولاراً

المجموع ٣٢٤٠ دولاراً تكاليف مواصلات المتحدثين والموظفين

إعداد بيان المصاريف :

– **المواصلات** : اذكر اسم مدينتين بعيدتين جداً عن المدينة التي سيعقد فيها الاجتماع ، واثنتين تبعدان عنها ما يقارب (٢٠٠) ميل . واسأل وكيل سفريات أو شركة طيران عن تقديراتهم لتكلفة تذكرة السفر جواً من هذه المدن ، وقرر هل سيتم شراء تذاكر قابلة للاسترجاع أم تذاكر لا يمكن استرجاع قيمتها؟ (ارجع للفصل ١٢) . اجمع أسعار التذاكر واقسم الناتج على (٤) لتحصل على التكلفة المتوقعة لمواصلات الشخص الواحد . ولأغراض الميزانية افرض أن هذا الرقم هو (٣٢٥) دولاراً ، وأضف إلى ذلك تكلفة المواصلات من المطار إلى الفندق ، ثم اضرب المجموع في عدد الأشخاص الذين سيقومون بدفع مصاريف مواصلاتهم . (يمكن استخدام أرقام أكثر دقة عند إضافة تكاليف مواصلات المحاضرين والموظفين لأنه يمكن معرفة أماكن هؤلاء الأشخاص بالنسبة لموقع الاجتماع) .

– **الإقامة** : افترض أن الفندق سيكلف (٧٥) دولاراً لليلة زائداً (٨.٢٥) دولاراً قيمة ضرائب (إلا في حالة كون المنظمة معفاة من الضرائب)

الإقامة لليلتين ٧٥ × ٩ = ١٤٩٩ دولاراً

– **رسوم التسجيل** : في العادة لاتحتسب هذه الرسوم على المتحدثين والموظفين ، ولكن يجب حسابها مع المصاريف : لأنها تغطي أشياءً مثل الأكل والمواد . وفي هذا الوقت يجب ترك مكان هذه التكلفة فارغاً . ويمكن إضافتها عند احتساب رسوم التسجيل الأولى . اجمع كل الرسوم واقسمها على (٢٠٠) . وافترض أن هذا الرقم كان (٣٠٠) دولار.

التسجيل ٣٠٠ × ٩ = ٢٧٠٠ دولار

– **إيجار قاعات النشاطات** : ارجع إلى الفصل الخامس الذي يشرح التكاليف المتغيرة لإيجارات قاعات النشاطات . وافترض أنه سيتم استئجار الغرف لمدة (٣٥٠) ليلة ، وأن العقد مع إدارة المبنى يحدد إيجار غرف الاجتماعات بمبلغ (٥٠٠٠) دولار.

إيجار قاعات الاجتماعات ٥٠٠٠ دولار

إيجار الأجهزة السمعية والبصرية : افترض أن تكلفة إيجار هذه الأجهزة هي (٢٥٠٠) دولار.

إيجار الأجهزة السمعية والبصرية　　　　　　٢٥٠٠ دولار

مصاريف المتحدثين : متحدث واحد (١٠٠٠) دولاراً كمكافأة شرفية

مصاريف المتحدث　　　　　　١٠٠٠ دولار

هدايا للمتحدث : (٥) لوحات وأوسمة تذكارية تكلفة الواحدة (٤٥) دولاراً ولوحة تذكارية قيمتها (٦٠) دولاراً مضافاً إليها (٢٥ ,١٤) دولاراً ضرائب

الهدايا والأوسمة　　　　　　٢٩٩ دولاراً

– **الأكل والمشروبات** : توقع أنه سيحضر لتناول الغداء (٢٠٠) شخص كل يوم وأن (١٧٥) شخصاً سيحضرون حفل ووجبة الاستقبال . إن تكلفة المشروبات في حفل الاستقبال هي ثلاثة دولارات للشخص الواحد ، واحسب مشروبين لكل شخص .

الغداء　١٩+٥٪ ضريبة + ١٨٪ خدمة	=	
٢٣ × ٣ × ٢٠٠	=	**١٣٠٠٠**
وجبة الاستقبال　٤٥ + ١٠ ضريبة وخدمة	=	
٥٥ × ١٧٥	=	**٩٦٢٥**
الاستقبال　٣ × ٢ × ١٧٥ زائداً ٢٣٪ ضريبة وخدمة	=	**١٢٩٢**
المقبلات　٦٠٠ + ١٣٨ ضريبة و خدمة	=	**٧٣٨**

مجموع تكاليف الأكل والشرب　　　　　　٢٥٤٥٥ دولاراً

– **نشاطات وقت الفراغ/المواصلات** : إيجار الحافلة هو (٢٥٠) دولاراً لكل ساعة ، وهناك رسم دخول للمتحف .

الحافلات　٢٥٠ × ٤ ساعات × ٤ حافلات	=	**٤٠٠٠**
المتحف　٥,٥٠ (للشخص) × ١٧٥	=	**٩٦٣**

مجموع تكاليف نشاطات وقت الفراغ والمواصلات　　　　　　٤٩٦٣ دولاراً

– **الموظفون والمصاريف المكتبية** : يقوم المخطط وموظف واحد بالإعداد لأربعة اجتماعات فى العام الواحد .

ربع الراتب والبدلات	١١٢٥٢
ربع الإيجار ومصاريف المرافق	٣٠٠٠
العمل الإضافي خلال الاجتماع ٣ أشخاص × ٤ ساعات × ٣ أيام	
(بدل العمل الإضافي ١٦,٥٠ دولار لكل ساعة)	
٣٦ ساعة × ١٦,٥٠ = ٥٩٤	
زائداً ٢,٥٣ بدلات لكل ساعة	٩١
جولة مخطط الاجتماع التفقدية	٥٠٠
إقامة الموظفين قبل الاجتماع : (٨٣,٢٥) دولاراً فى الليلة × ٤ ليال =	٣٣٣
مجموع الموظفين والمصاريف المكتبية	١٥٧٧١

– التسويق : يجب على المخطط تضمين تكاليف التسويق فى الميزانية .

تصميم الأدلة	٢٠٠
طباعة الأدلة (١٠٠٠ نسخة على وجهين ، وحبر بلون واحد وورق)	١٥٠
تكاليف إرسالها بالبريد	٢٥٠
مصاريف بريد أخرى	١٠٠
إعلان فى مجلة متخصصة	٤٥٠
أنباء صحفية ومصاريف بريدية	١٠٠
مجموع مصاريف التسويق	١٢٥٠

المواد : يجب أن يضيف المخطط تكلفة مواد الاجتماع إلى الميزانية .

برنامج من ٨ صفحات (تصميم وطباعة)	٣٥٠
بطاقات أسماء المشاركين وحاملاتها	١٥٠
مصاريف تذاكر وقت الفراغ	١٠٠

اللوحات (٣ لوحات × ٦٠ دولاراً + الضرائب)	١٨٩	
قائمة أسماء المشاركين المكونة من ١٢ صفحة	٢٦٢	
الزهور	٢٩٣	
مجموع تكاليف المواد	١٣٤٥	
متفرقات : منح ، تأمين ، مصاريف عرضية أخرى .	١٠٠٠	
المجموع الكلى	٦٧٠٢٢	دولاراً

(إذا كان الاجتماع سيعقد كل (١٢) شهراً ، فإنه يجب احتساب (٥٪) كل سنة بدل تضخم ، وإضافة ذلك إلى هذه التقديرات) .

اقسم (٦٧.٢٢) على (٢٠٠) وهو عدد المشاركين المتوقع حضورهم وذلك للوصول إلى مبلغ (٣٣٦) دولاراً كتكلفة مصاريف الشخص الواحد.

والآن انظر إلى الدخل من مصادر أخرى غير رسوم التسجيل.

بيان الدخل :

العارضون	٥٠٠ × ٤ =	٢٠٠٠
راعى لوجبة غداء واحدة		٤٦٠٠

الربح من الحساب فى البنك : نظراً لأن كثيراً من الفواتير لن يحين وقتها إلا بعد انتهاء الاجتماع، فيمكن وضع رسوم التسجيل فى حساب استثمارى بنسبة (٥٪) على مبلغ يقارب (٣٠٠٠٠) دولار لمدة ستة أشهر ٧٥٠

الدخل من الإعلانات فى البرنامج (٥ إعلانات × ١٧٥)	=	٨٧٥
التسجيل : (١٠) ليوم واحد بمبلغ (١٠٠) دولار لكل منهم	=	١٠٠٠
المجموع		٩٢٢٥

لحساب رسوم التسجيل والدخل الكلى ، اطرح الدخل (٩٢٢٥) من المصاريف (٦٧٠٢٢) للوصول إلى مبلغ (٥٧٧٩٧د) اقسم المجموع على عدد المشاركين المتوقعين (٢٠٠) لتحصل على رسم التسجيل وهو (٢٨٩) دولاراً . حدد رسوم التسجيل بـ (٢٩٥) دولاراً لمن ترد نماذج التسجيل منهم قبل ستة أسابيع من الاجتماع ، ومبلغ (٣٤٥) دولاراً لما بعد ذلك . (تذكر أن رسوم التسجيل المتقدمة تحصل على عائد بنكى).

والآن يمكن تحديد الدخل الكلى :

متفرقات		**٩٢٢٥**
١٥٥ طلب تسجيل × ٢٩٥	=	**٤٥٧٢٥**
٤٥ طلب تسجيل × ٣٤٥	=	**١٥٥٢٥**
مجموع الدخل		**٧٠٤٧٥**

يبلغ الفرق بين المصاريف والدخل المتوقع (٣٤٥٣) دولاراً وهذا يقرب من (٥٪) ويمثل فرقاً متوقعاً مسموحاً به .

مراقبة الميزانية :

يجب مراجعة الميزانية كل شهر على الأقل . ويجب مراجعتها كل أسبوع فى الأشهر الثلاثة التى تسبق الاجتماع .

ويمكن إجراء العمليات الحسابية بطريقة النقد أو بطريقة الزيادة . فبطريقة النقد يتم شطب المبالغ عندما تدفع أو تضاف عندما تستلم. وبطريقة الزيادة يصبح الدخل محسوباً عند حلول وقته ، وتخصم المصاريف عندما يحين وقتها ، مع أن المال لم يستلم أو لم يرسل .

وربما تدعو الحاجة إلى استخدام دفتر الأستاذ الخاص بالحساب الدائن عند إصدار أوامر الشراء ، أو الدفع الجزئى ، أو عمل دفعة على الحساب . وإذا كان هناك

تاريخ يرتفع فيه رسم التسجيل ، فيجب إرسال فواتير للأشخاص الذين يتخلفون عن الموعد المحدد .

ويلزم إرسال خطاب يطلب فيه الموافقة على التعامل على الحساب، للحصول على موافقة إدارة المقر على أن يتم دفع المصاريف. وفى حالة رفض إدارة المقر ذلك فإنها ستطلب تقديم مبلغ كمقدم ، وعادة ما يطلب إرسال المبلغ الذى يتوقع صرفه كاملاً ، فالوجبة التى تم تقديمها لا يمكن استرجاعها، وكذلك وقت قاعة الاجتماعات الذى استخدم .

ويجب على مخطط الاجتماع مراجعة الحساب الرئيسى فندق يومياً. ويظهر هذا الحساب الرئيسى تكاليف غرف الضيوف ورسوم التغذية. ويمكن إضافة تكاليف قاعات النشاطات وتكاليف الأجهزة السمعية والبصرية إلى حساب الفندق الرئيسى يومياً، ولكنها فى العادة لا تضاف إلا فى اليوم الأخير.

سيقوم المتحدثون والموظفون الذين تم تغطية مصاريفهم بإرسال طلبات تعويض، ويجب ترك حساب الشيكات مفتوحاً لعدة أشهر بعد الاجتماع لصرف هذه المبالغ.

وعندما يظهر الحساب الختامى أن مجموع تكلفة الاجتماع كانت (٦٩٥٠٠) دولار ، رغم أن التكلفة قدرت من قبل المخطط عند التخطيط للاجتماع بـ (٧٠٠٠٠) دولار ، فإن ذلك يعطى للمخطط شعوراً عظيماً بالإنجاز. إن دقة الميزانية والاحتفاظ بسجلات محكمة هى جزء هام من مسؤوليات مخطط الاجتماع ، وهى تفرّق بين الهاوى والمحترف .

المترجم في سطور :

- إبراهيم بن علي بن سليمان البداح .
- من مواليد ١٣٧٥هـ في بريدة .

** المؤهل العلمي :

- دكتوراه من جامعة ميزوري بالولايات المتحدة الأمريكية في الإدارة المكتبية عام ١٤٠٧هـ .

** الوظيفة الحالية :

- مدير برامج القطاع الأهلي .

** الأنشطة العلمية :

- مشارك في إعداد الاستشارات .
- إعداد الحقائب .
- ترجمة كتاب ترويض النمر الورقي .

المترجم فى سطور :

- عبدالله بن إبراهيم محمد العمار .
- من مواليد ١٣٧٤هـ فى الرياض .

** المؤهل العلمى :

- دكتوراه من جامعة ميزورى ، تعليم تجارى ، بالولايات المتحدة عام ١٩٨٨م .

** الوظيفة الحالية :

- مدير الأبحاث والتعليم مدينة سلطان بن عبدالعزيز للخدمات الإنسانية .

** الأنشطة العلمية :

- ترجمة كتاب القيادة الموقفية .
- إعداد كتاب عن السكرتارية .
- إعداد بحث عن الاتصالات الإدارية فى المملكة مع زميلين .
- إعداد العديد من الدراسات الاستشارية التنظيمية والإجرائية .

مراجع الترجمة فى سطور :

- فضل الله على فضل الله .

- من مواليد ١٩٤٩م فى أم بادر السودان .

** المؤهل العلمى :

- دكتوراه من جامعة جنوب كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية فى الإدارة العامة ، عام ١٩٧٨م .

** الوظيفة الحالية :

- أستاذ بالمركز العربى للدراسات الأمنية والتدريب .

** الأنشطة العلمية :

- تدريس .
- تدريب .
- إشراف علمى على الرسائل العلمية .
- أبحاث .
- استشارات .

مراجع الترجمة في سطور :

عبدالله موسى سليمان الخلف .

- من مواليد ١٣٨١هـ بالجوف .

** المؤهل العلمي :

- دكتوراه من جامعة بتسبرج بالولايات المتحدة الأمريكية في الإدارة العامة عام ١٤١٥هـ .

** الوظيفة الحالية :

- أستاذ مساعد .

** الأنشطة العلمية :

- **تطور الإدارة العامة في المملكة العربية السعودية خلال مائة عام (١٣١٩-١٤١٩هـ / ١٩٠٢-١٩٩٩م) ودور معهد الإدارة العامة في تنميتها** (بمشاركة : د. محمد ناصر البيشي) ، معهد الإدارة العامة ، الرياض ١٤١٩هـ .

- **التطور الكمي والنوعي للأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية : لغة الحقائق والأرقام** ، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر المملكة العربية السعوية في مائة عام ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ٧-١١/١٠/١٤١٩هـ . (٢٤-٢٨ /١/١٩٩٩م) .

- **ثالوث التميز : تحسين الجودة وتخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية** . الإدارة العامة ، معهد الإدارة العامة ، الرياض ، المجلد (٣٧) ، العدد الأول ، محرم ١٤١٨هـ / مايو

- **مدى وفرص التعاون بين الأجهزة الحكومية والجمهور لتحسين جودة الخدمات وتبسيط الإجراءات** (بمشاركة : أ. ناصر عبدالله الزمامي) ، بحث ميداني لندوة تبسيط الإجراءات وتحسين جودة الخدمات في الأجهزة الحكومية ، معهد الإدارة العامة ، الرياض ١٤١٧/١١/١٤هـ .
- **أثر التناقص بين رؤية المديرين والعاملين على تطبيق الجودة** ، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر المنظمة الإسترالية للجودة ، بريزبان ، إستراليا ، ١١-١٤ /١٩٩٨/١٠م .
- محرر مشارك ، **الموسوعة الدولية للسياسات العامة والإدارة** ، تحرير جي شافرتز (ويست بريس ، بولدر ، كولورلدو ، ١٩٩٧م) .
- «معوقات التطبيق الناجح لإدارة الجودة الشاملة» ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي السابع للجودة الشاملة ، نيودلهي ، الهند ١٦-١٩ /١٩٩٧/٣م .
- «**دور مشاركة العاملين في نجاح تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المدن الأمريكية الصغيرة**» ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الثالث للمعهد الدولي للعلوم الإدارية ، بكين الصين ، ٨-١١ /١٩٩٦/١٠م .
- **الحلقة المفقودة : كيف تساهم إدارة الجودة الشاملة في معالجة مشكلات القطاع الحكومي** ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الثالث والعشرين للمعهد الدولي للعلوم الإدارية ، دبي ، الإمارات العربية المتحدة ١-٥ /١٩٩٥/٧م .

حقوق الطبع والنشر محفوظة لمعهد الإدارة العامة ، ولا يجوز اقتباس جزء من هذا الكتاب أو إعادة طبعه بأية صورة دون موافقة كتابية من المعهد إلا في حالات الاقتباس القصير بغرض النقد والتحليل ، مع وجوب ذكر المصدر .


تم التصميم والإخراج الفني والطباعة في
الإدارة العامة للطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة - ١٤٢٠هـ

هذا الكتاب

إن نشاط الاجتماعات نشاط مشوق ، ورغم أن إدارة الاجتماع عمل شاق ، فإنه ذو مردود ، فالنتائج فيه واضحة وملموسة وقابلة للقياس .

وهنا تكمن أهمية هذا الكتاب (دليل التخطيط للاجتماع الناجح) الذي يتناول فيه مؤلفه معلومات وتعليمات وأمثلة مهمة ، تمثل أسس التخطيط الناجح للاجتماعات باختلاف أنواعها ، ومن ثم فهو يهم الطلاب والمحترفين والمتخصصين وأرباب العمل .

إن هذا الكتاب يمكنك من حل لغز تخطيط اجتماعك القادم ، بسرعة وفاعلية ومزيد من الثقة ، ويتميز هذا الكتاب بما يلي :

- يبحث المهارات والصفات الشخصية التي تغلب على مخططي الاجتماعات الناجحين .
- يتناول أسباب الاجتماعات وأنواعها .
- يغطي الخطوات التي يقوم بها منظم الاجتماع وما يتعلق به من نشاطات .
- يضع المعايير الهامة لاختيار المكان المناسب للاجتماع .
- يبحث تسويق الاجتماع ، وكيفية معالجة مواد الاجتماع .
- يتناول إدارة الحجز والتسجيل وتنظيم الجلسات .
- يناقش وسائل الانتقال من وإلى الاجتماع ، وسائر الأنشطة التي تتم أثناء الاستراحة .

يحوي العديد من التمارين والتطبيقات التي تعين على تفهم الأهداف التعليمية للاجتماعات .

السعر ٣٠ ريالاً

ردمك : ٩٩٦٠ - ١٤-٠٥٨ - ×

تم التصميم والإخراج الفني والطباعة في
الإدارة العامة للطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة - ١٤٢٠هـ